



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN PADA CV. TANI SUKSES DI DESA PONTIAN  
MEKAR KECAMATAN LUBUK BATU JAYA KABUPATEN  
INDRAGIRI HULU DALAM PERSPEKTIF  
EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)*



Oleh:

**MASDIANA**  
**NIM. 11625203991**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
1441 H/2020 M**



## PERSETUJUAN

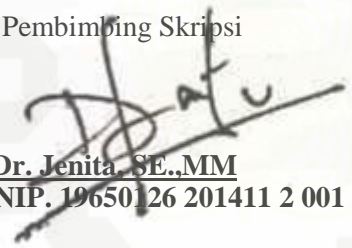
Skripsi dengan judul ***“PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA CV. TANI SUKSES DI DESA PONTIAN MEKAR KECAMATAN LUBUK BATU JAYA KABUPATEN INDRAGIRI HULU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”*** yang ditulis oleh:

Nama : MASDIANA  
Nim : 11625203991  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah  
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 3 Juni 2020

Pembimbing Skripsi

  
Dr. Jenita SE., MM  
NIP. 19650126 201411 2 001

UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

: PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN PADA CV. TANI SUKSES DI DESA PONTIAN MEKAR  
KECAMATAN LUBUK BATU JAYA KABUPATEN INDRAGIRI HULU  
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

: **MASDIANA**  
: 11625203991  
: EKONOMI SYARIAH

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin / 15 Juni 2020  
Waktu : 13.00 Wib

Dan telah melakukan perbaikan sesuai dengan Catatan dari Tim Penguji Munaaqasyah Fakultas  
Syariah dan Hukum UIN Suska Riau



Pekanbaru, 19 Juni 2020  
Tim Penguji

Dr. Wahidin, M.Ag  
(Ketua sekaligus Anggota Penguji)

Aldhol Rinaldi, SE., M.Ec.  
(Sekretaris sekaligus Anggota Penguji)

Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak  
(Anggota Penguji)

Budi Azwar, M.Ec  
(Anggota Penguji)

Mengetahui  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag.  
NIP. 19580712 198601 1 005

1. Hak cipta Dilindungi Undang-undang.  
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
4. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

**MASDIANA, (2020) : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu dalam Perspektif Ekonomi Syariah.**

Latar belakang penelitian ini adalah penjualan CV. Tani Sukses yang terus meningkat sejak berdiri dari tahun 2011 dan telah memiliki 1 cabang usaha meskipun ditengah persaingan bisnis yang ketat. Adapun tujuan dalam penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan promosi terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses. Mengetahui perspektif ekonomi syariah terhadap penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan jenis data yang digunakan adalah data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen CV. Tani Sukses di desa pontian mekar yang berjumlah 750 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10% dari populasi yakni sebanyak 75 responden dengan menggunakan teknik *incidental sampling*. Uji penelitian yang digunakan adalah uji instrumen berupa uji validitas dan uji realibilitas (simultan), uji regresi linier berganda dan uji hipotesis berupa uji t (parsial) dan uji f.

Berdasarkan penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menarik suatu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 62%. Sedangkan sisanya sebesar 38% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi yang didapat yaitu  $Y = 8,260 + 0,762X_1 + 0,272X_2$ . Dari persamaan regresi tersebut produk memiliki pengaruh yang terbesar terhadap penjualan CV. Tani Sukses yaitu sebesar 0,762.

Hasil penelitian menunjukan bahwa secara parsial, harga berpengaruh positif karena dari hasil uji t diketahui nilai t hitung  $6,149 > t \text{ tabe } 1,993$  dan Signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Promosi berpengaruh positif karena dari hasil uji t, diketahui nilai t hitung  $2,623 > t \text{ tabel } 1,993$  dan Signifikansi  $0,011 > 0,05$ . Sedangkan secara simultan harga dan promosi berpengaruh positif karena nilai F hitung  $> F \text{ tabel}$  yaitu  $58,763 > 3,124$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,005$  terhadap penjualan CV. Tani Sukses.

Penjualan CV. Tani Sukses telah sesuai dengan prinsip jual beli dalam perspektif ekonomi syariah. Hal ini ditunjukkan dengan praktek jual beli yang dilakukan tidak ada yang bertentangan dengan etika perdagangan secara Islami, seperti halnya pengambilan keuntungan yang tidak berlebihan, produk yang diperjualbelikan bukanlah barang yang dilarang dalam syariat Islam.

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis kehadiran Allah Swt, sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”**. Shalawat dan salam senantiasa kita hanturkan untuk junjungan Nabi Muhammad Saw, *Allah humma shalli ‘alaa muhammad, wa ‘ala ali Muhammad*. Sesungguhnya skripsi ini telah di susun sesempurna mungkin. Namun penulias menyadari bahwa skripsi ini yang di susun tidak luput dari kesalahan karena keterbatasan pola pikir pada penulis. Oleh karena itu berbagai masukan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Namun dengan harapan yang besar skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang lebih bermakna. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih pada pihak – pihak yang memberi bantuan dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Kedua Kakek tercinta Halomoan Aruan dan Parlagutan Siregar (Alm) dan kedua nenek tersayang Rosmawati Siregar dan Hindun Sinaga terimakasih atas segala dukungan, pengorbanan dan kepercayaan yang diberikan kepada ananda.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kedua Orang Tua Ayahanda Muslim Aruan dan Ibunda Siti Rabuma Siregar. Terimakasih atas semua kasih sayang, pengorbanan, kepercayaan, dukungan, serta mendoakan selalu setiap langkah ananda untuk mencapai kesuksesan.
3. Kakak Intan Sari A, S.E dan adikku Amriadi, Roy Paturoni. A dan Hamdani. Penulis mengucapkan terimakasih karena selalu memberikan motivasi, dukungan, dan semangat kepada penulis yang senantiasa menjadi tempat penulis bersenda gurau.
4. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya.
5. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta bapak Dr. Heri Sunandar, M.CI selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag selaku Wakil Dekan II, dan bapak Dr. Maghfira, M.Ag selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
6. Bapak Syahpawi, S.Ag, M.Sh selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc,Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta Bapak Ibu dosen dan Karyawan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
7. Ibu Dr. Jenita, SE.,MM selaku Pembimbing yang selalu memberi masukan dan dorongan dalam memberikan semangat bagi penulis.
8. Bapak Ade Fariz Fahrullah, M,Ag selaku Pembimbing Akademik.





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak/Ibu Karyawan Perpustakaan UIN Suska Riau yang telah membantu dalam peminjaman buku.
11. Bapak Paidi dan seluruh Karyawan CV. Tani Sukses yang telah memberikan izin penelitian dan membantu kelancaran penelitian ini.
12. Kakak Khairunisa Aulia Hestika yang selalu memberikan masukan dan motivasi kepada penulis.
13. Semua sahabat ku Silvi Afri, Ayu yulia Andani, Tasya Kartika, Alfi Fadilah, Fadila Utari, Khairunnisa Atifah, Selvi Wasdirahayu dan teman-teman EI F yang selalu memberikan masukan dan motivasi kepada penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Apapun kontribusi yang telah diberikan oleh pihak – pihak yang ikut serta dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah Swt.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga Allah memberikan rahmat dan karunia-Nya. Amin Ya Rabbal Alamin. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 15 Juni 2020  
Penulis

MASDIANA  
NIM. 11625203991



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Mafaat Penelitian .....	8
E. Hipotesis Penelitian.....	9
F. Metode Penelitian.....	10
G. Sistematika Penulisan.....	23
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
A. Sejarah CV. Tania Sukses .....	24
B. Struktur Organisasi CV. Tani Sukses.....	27
C. Aktivitas Usaha .....	29
<b>BAB III LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>30</b>
A. Harga .....	30
B. Promosi .....	38
C. Penjualan .....	40
D. Teori Besar Pemasaran.....	42
E. Sistem Jual Beli dalam Ekonomi Syariah .....	43
F. Etika Perdagangan Menurut Ekonomi Syariah .....	53
G. Keterkaitan antar Variabel .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Penjualan Pada CV. Tani Sukses di desa pontian mekar. ....	55
B. Pembahasan.....	75
C. Tinjauan ekonomi syariah terhadap harga dan promosi dalam peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses .....	76
<b>BAB V KEISMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Keismpulan .....	77
B. Saran.....	78

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN BIOGRAFI PENULIS

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data konsumen CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar Tahun 2014 – 2018 .....	6
Tabel I.2 Daftar Harga Pupuk CV. Tani Sukses Di Desa Pontian Mekar .....	6
Tabel I.3 Volume Penjualan Produk CV. Tani Sukses Di Desa Pontian Mekar Tahun 2014– 2018.....	7
Tabel. I.4 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	14
Tabel IV.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Tabel IV.2 Responden Berdasarkan Umur .....	56
Tabel IV.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Tabel IV.4 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	57
Tabel IV.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Harga .....	58
Tabel IV.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Promosi.....	60
Tabel IV.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Penjualan .....	62
Tabel IV.8 Hasil Uji Validitas .....	65
Tabel IV.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel IV.11 Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel IV. 13 Hasil Uji Autokorelasi .....	70
Tabel IV.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel IV.15 Hasil Uji F.....	73
Tabel IV.16 Koefisien Korelasi Sederhana (R) .....	74
Tabel IV.17 Koefisien Determinasi( $R^2$ ).....	75



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	13
Gambar II.1 Struktur Organisasi CV. Tani .....	27
Gambar IV.10 Grafik Normal P-P Plot.....	67
Gambar IV.12 Uji Heteroskedastisitas.....	69

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Bisnis tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia bahkan bisnis merupakan salah satu kegiatan yang populer dalam kehidupan sehari-hari manusia. Setiap hari manusia melakukan kegiatan bisnis. Manusia berperan sebagai produsen, perantara, maupun konsumen. Produsen menghasilkan produk dalam kegiatan bisnis, dimana produk tersebut akan menghasilkan keuntungan dan nilai tambah bagi konsumen.<sup>1</sup>

Dalam agama Islam prinsip berbisnis dilakukan dan diniati dengan mengambil keputusan dengan motivasi memperoleh pahala baik di dunia maupun di akhirat. Pelaksanaan dan penetapan kegiatan bisnis yang ditetapkan oleh pelaku bisnis biasanya dilandasi dengan pertimbangan bahwa itu layak dilihat dari sudut pandang tertentu. Pelaku bisnis berwatak Islami tidak terlepas dari kronologi dan niat dalam konteks yang berdimensi dunia dan akhirat. Dengan mental bisnis yang dilandasi keyakinan maka perilakunya senantiasa akan mencerminkan perilaku berusaha mengadakan tindakan yang tidak merugikan diri sendiri maupun orang lain.<sup>2</sup> Islam sangat menghargai mekanisme dalam perdagangan sebagaimana firman Allah Swt dalam surat An-Nisa ayat 29 :

<sup>1</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 110.

<sup>2</sup> Muslich, *Etika Bisnis Islami*, (Yogyakarta: CV. Adipura, 2010), h. 51-52.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

يَأْيُهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَتَكَلَّمُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>3</sup>

عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ : لَا تَبِيعُوا الذَّهَبَ بِالذَّهَبِ إِلَّا مِثْلًا وَلَا تُشِفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ وَلَا تَبِيعُوا الْوَرَقَ بِالْوَرَقِ إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ وَلَا تُشِفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ وَلَا تَبِيعُوا مِنْهَا غَائِبًا بِنَا جِزٍ.

Artinya: Dari Abu Sa'id Al Khudry radhiyallahu'anhu bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda, “Janganlah kalian menjual emas dengan emas kecuali yang sama beratnya, janganlah kalian melebihkan sebagian di atas sebagian yang lain, janganlah kalian menjual perak dengan perak kecuali yang sama beratnya dan janganlah kalian melebihkan sebagian di atas sebagian yang lain, dan janganlah kalian menjual yang tidak ada di antara barang-barang itu dengan yang ada.” (HR. Bukhari – Muslim).<sup>4</sup>

Berdasarkan keterangan ayat Al-Quran dan Hadis di atas dapat disimpulkan bahwa umat Islam dilarang memakan harta yang didapat secara batil dan menganjurkan transaksi atau bisnis yang dilakukan dengan jalan suka sama suka

Pada dasarnya setiap perusahaan yang memproduksi atau menghasilkan suatu barang dan jasa diperlukan kegiatan pemasaran, karena pemasaran merupakan bagian pokok dan mutlak yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan guna mencapai tujuan dari perusahaan itu sendiri. Untuk dapat mencapai tujuan tersebut serta dapat tumbuh dan berkembang, setiap perusahaan harus merumuskan langkah dan kebijaksanaan yang tepat di

<sup>3</sup>Nandang Burhanudin, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Surakarta : Ziyad visi media), hlm.83.

<sup>4</sup>Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam, *Taysiru al allam Syarh umdatul ahkam, Syarah hadis pilihan Bukhari Muslim, Penerjemah Kathur Suhardi*, (Jakarta : PT Darul Falah, cetakan VII, 2008), hlm. 648.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bidang pemasaran. Untuk itu hal yang perlu diperhatikan yaitu kebijaksanaan produk harga jual, promosi, dan distribusi. Dengan demikian sudah tentu pemasaran merupakan fungsi dari keberhasilan dan tercapainya tujuan yang diharapkan sehingga dapat memperoleh kelangsungan hidup perusahaan.

Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya<sup>5</sup>. Menurut William J. Stanton harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga menurut Jerome Mc Cartgy harga adalah apa yang di bebabankan untuk sesuatu.<sup>6</sup>

Menurut Rachmat Syafei harga hanya terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukaran barang yang diridhai oleh kedua pihak yang melakukan akad.<sup>7</sup> Dari pengertian tersebut dapat dijelaskan bahwa harga merupakan sesuatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang/jasa dimana kesepakatan tersebut diridhai oleh kedua belah pihak. Harga tersebut haruslah direlakan oleh kedua belah pihak dalam akad.

Promosi merupakan unsur penolong untuk menggerakkan permintaan tambahan untuk menciptakan penjualan ulang, terutama untuk memperkenalkan produk baru agar dapat diterima masyarakat. Jika pada masa

<sup>5</sup>Tim. Reality, *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, (Jakarta: PT. Reality Publisher 2008), h. 450

<sup>6</sup>Marius P. Angipora, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), Cet 2, h. 268

<sup>7</sup>Rachmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, (Bandung : Pustaka Setia, 2000), h, 87





lalu dimana persaingan kurang begitu tajam, para penjual dan produsen praktis menentukan kehendaknya sendiri tanpa memperhatikan kepentingan konsumen, maka dewasa ini justru konsumenlah yang menentukan berhasil tidaknya suatu produk dari para penjual dan produsen harus secara efektif dan teratur mampu menawarkan, mendekati dan membujuk konsumen dengan cara yang tepat dan menarik. Untuk melakukan promosi tidak terlepas dari biaya yang harus dikeluarkan. Maka dapat memilih media promosi dipilih media yang efektif dan dapat mengenai sasaran yaitu dapat meningkatkan volume penjualan. Jadi disini harus diperhatikan antara penentuan harga jual dengan biaya yang dikeluarkan untuk promosi serta mampu mengefisienkan biaya promosi yang sebaik mungkin agar dapat mencapai sasaran yang efektif dimana hasil produksinya dikenal konsumen serta dapat menarik sebanyak mungkin pembeli.

Pertanian adalah salah satu wujud dari pembangunan nasional yang merupakan salah satu keunggulan bangsa Indonesia. Perkembangan pertanian pada saat ini telah memasuki era baru setelah beberapa dekade berbenah diri dalam upaya peningkatan fungsinya sebagai penyedia pangan. Pertumbuhan sektor pertanian yang tinggi dan sekaligus terjadi perubahan dalam masyarakat yang pada umumnya adalah petani yang kurang baik menjadi lebih baik.

Bisnis penjualan CV. Tani Sukses di desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu merupakan sebuah bisnis yang bergerak dibidang distributor pupuk, obat serta masih banyak lagi produk lainnya. Penerapan manajemen rantai pasok untuk penyediaan serta pendistribusian barang untuk setiap pengecer akan menjadi wadah dari

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



keberhasilan dalam menjalankan asset bisnisnya terutama persediaan pada jenis barang pupuk dan jenis obat pertanian.

Promosi penjualan sudah semestinya dapat diprogramkan secara sistematis dan berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Promosi penjualan yang digunakan CV. Tani Sukses adalah dengan menyebarkan brosur untuk memberikan informasi kepada calon konsumen agar lebih mudah memperoleh informasi tentang CV. Tani Sukses dan diharapkan CV. Tani Sukses dapat diketahui keberadaanya oleh masyarakat umum. Serta memberikan hadiah kepada pelanggan pada acara tertentu seperti hari raya yang bertujuan untuk menarik minat beli. CV. Tani Sukses juga memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli produk dalam jumlah banyak. Hal ini dilakukan oleh CV. Tani Sukses agar mampu menarik minat konsumen dan dijadikan ajang promosi oleh CV. Tani Sukses.

CV. Tani Sukses masih mengalami kesulitan untuk berkembang karena faktor tempat yang kurang strategis, harga yang ditawarkan masih dianggap cukup tinggi bagi konsumen dan promosi yang dilakukan kurang banyak sehingga konsumen kesulitan mendapatkan informasi tentang CV. Tani Sukses. Faktor- faktor di atas sangat membutuhkan perhatian untuk meningkatkan penjualan, hal itu dikarenakan faktor promosi dan harga memegang peran penting dalam sebuah kegiatan usaha demi menunjang tingkat penjualan.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peningkatan konsumen pada CV. Tani Sukses di desa pontian mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya kabupaten indragiri hulu selama tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 terlihat pada tabel berikut.

**Tabel I.1**  
**Data konsumen CV. Tani Sukses**  
**di Desa Pontian Mekar Tahun 2014 – 2018**

Tahun	Jumlah konsumen
2014	610 orang
2015	625 orang
2016	673 orang
2017	721 orang
2018	750 orang

Sumber : CV Tani Sukses 2018

Dalam perjalanannya CV. Tani Sukses di desa pontian mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu semakin meningkat. Berikut ini tabel tingkat volume penjualan produk CV. Tani Sukses Kabupaten Indragiri Hulu pada tahun 2014 - 2018.

**Tabel I.2**  
**Daftar Harga Pupuk CV. Tani Sukses**  
**Di Desa Pontian Mekar**

No	Nama Pupuk	Barat Bersih	Harga
1	Pupuk TSP	50 Kg	Rp206.500
2	Pupuk rp Cap Daun	50 Kg	Rp110.000
3	Pupuk Dolomite M-100	50 Kg	Rp70.000
4	Pupuk KCL	50 Kg	Rp270.000
5	Pupuk NPK Granular (0,5B)	50 kg	Rp295.000
6	Pupuk NPK Granular (TE)	50 Kg	Rp245.000
7	Pupuk Shit	50 Kg	Rp157.500
8	Pupuk Kieserite Solumag	50 Kg	Rp172.500
9	Pupuk Borat Mahkota	20 Kg	Rp230.000
10	Pupuk dolomit Hijau	50 Kg	Rp112.500
11	NPK +	25 Kg	Rp190.000
12	Pupuk Kieserite Cap Daun	50 Kg	Rp160.000

Sumber : CV. Tani Sukses 2018





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa daftar harga pupuk CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar berbeda – beda harganya. Dari tabel tersebut harga pupuk termurah dengan harga Rp 70.000 yaitu Pupuk Dolomite M-100 dan pupuk termahal dengan harga Rp 295.000 yaitu Pupuk NPK Granular (0,5B).

**Tabel I.3**  
**Volume Penjualan Produk CV. Tani Sukses**  
**Di Desa Pontian Mekar Tahun 2014– 2018**

No.	Jenis Barang	Jumlah Unit Pertahun				
		2014	2015	2016	2017	2018
1	Pupuk TSP	1.392	1.420	1.250	1.602	1.696
2	Pupuk rp Cap Daun	480	406	421	480	543
3	Pupuk Dolomite M-100	4.975	4.400	5.513	5.450	5.908
4	Pupuk KCL	720	508	840	960	970
5	Pupuk NPK Granular (0,5B)	902	897	930	8.921	940
6	Pupuk NPK Granular (TE)	896	922	950	968	1.072
7	Pupuk Shit	1.380	1.135	1.032	1.226	1.240
8	Pupuk Kieserite Solumag	240	231	350	391	419
9	Pupuk Borat Mahkota	615	578	637	707	745
10	Pupuk dolomit Hijau	3.705	4.428	4.500	4.307	4.635
11	NPK +	421	343	358	436	441
12	Pupuk Kieserite Cap Daun	360	450	482	514	510

Sumber : CV. Tani Sukses 2018

Dari tabel I.3 diatas dapat dilihat bahwa volume penjualan CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar mengalami fluktuasi dari tahun ke tahunnya. Berdasarkan data diatas maka dapat diketahui bahwa penjualan CV. Tani Sukses mengalami fluktuasi setiap tahunnya sedangkan CV. Tani Sukses sudah melakukan berbagai jenis promosi hingga melakukan pemotongan harga.

Berdasarkan fakta tersebut, penulis tertarik untuk mengadakan suatu penelitian bersifat ilmiah dengan mengangkat judul, **“Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada CV. Tani Sukses di**



## **Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”.**

### **B. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini menjadi lebih terarah dan tidak menyimpang maka penulis membuat batasan permasalahan yang akan diteliti yaitu Pengaruh Harga dan Promosi terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu dalam perspektif Ekonomi Syariah.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah harga dan promosi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap harga dan promosi dalam peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses ?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi secara parsial dan simultan terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses.
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap harga dan promosi dalam peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses.

#### **2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©Hak cipta milli UIN Suska Riau

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Sebagai pengembangan wawasan penulis mengenai pengaruh harga dan promosi terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar.
- b. Sebagai masukan bagi pemilik usaha CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar mengenai pengaruh harga dan promosi.
- c. Sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar SI jurusan Ekonomi Syariah di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**E. Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini yaitu diduga harga dan promosi, masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar.

$H_{01}$ : tidak berpengaruh harga dan promosi secara parsial dalam peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu

$H_{a1}$ : terdapat pengaruh harga dan promosi secara parsial dalam peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu.

$H_{02}$ : tidak terdapat pengaruh harga dan promosi secara simultan dalam peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H<sub>a2</sub> : terdapat pengaruh harga dan promosi secara simultan dalam peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu.

**F. Metode Penelitian**

**1. Lokasi dan Waktu**

Penelitian ini dilakukan di Desa Pontian Mekar, Kecamatan Lubuk Batu Jaya, Kabupaten Indragiri Hulu. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Agustus – September 2019

**2. Subjek dan Objek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh harga dan promosi terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar Kabupaten Indragiri Hulu.

**3. Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian adalah keseluruhan objek penelitian, atau disebut juga universe. Menurut Nawawi yang dikutip oleh Tukiran Teniredja dan Hidayati Mustafidah dalam bukunya yang berjudul “Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar) populasi adalah keseluruhan subjek yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuhan, gejala-gejala atau peristiwa-peristiwa yang terjadi sebagai sumber.<sup>8</sup> Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar 750 orang.

<sup>8</sup>Tukiran Teniredja dan Hidayati Mustafidah, *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 33



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Hamid Darmadi dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data dimana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi. Dalam menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan jenis riset deskriptif yaitu 10% dari populasi.<sup>9</sup>

Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 orang. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *incidental sampling* yaitu siapa saja yang ditemui dan masuk dalam kategori populasi, dapat ditetapkan sebagai sampel atau responden.<sup>10</sup>

#### 4. Sumber Data

##### a. Data Primer

Primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian,<sup>11</sup> data diperoleh langsung dari CV. Tani Sukses dan diolah melalui wawancara dan angket yang diberikan kepada konsumen.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya

<sup>9</sup>Hamid Darmadi, *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2013, h. 62.

<sup>10</sup>Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 116.

<sup>11</sup>*Ibid*, h. 122



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sudah dalam bentuk publikasi.<sup>12</sup> Bahan penunjang berupa buku-buku, dokumen atau data-data yang berkaitan dengan penelitian.

### 5. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.<sup>13</sup> Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan secara langsung ke CV. Tani Sukses .

#### b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara). Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pihak pemilik dan pegawai CV. Tani Sukses.

#### c. Angket

Angket merupakan suatu daftar pertanyaan atau pernyataan tentang topik tertentu yang diberikan kepada subyek, baik secara individual atau kelompok, untuk mendapatkan informasi tertentu,

<sup>12</sup>Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 102

<sup>13</sup>Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 34

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperti preferensi, keyakinan, minat, dan perilaku.<sup>14</sup> Pengumpulan data menggunakan angket yang ditujukan kepada konsumen CV. Tani Sukses. .

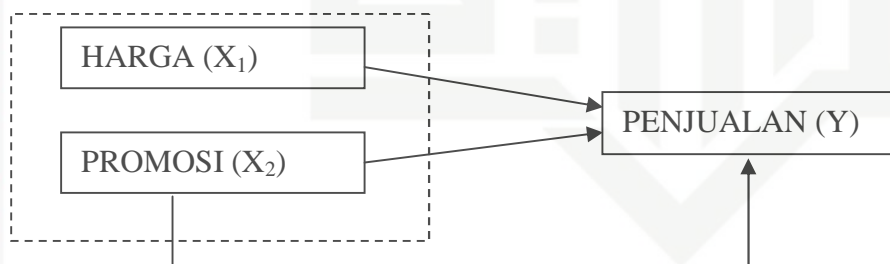
d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek.

## 6. Model Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mempengaruhi penjualan yang terdiri dari harga dan promosi. Penelitian terdiri dari dua variabel independen yaitu produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), promosi variabel dependen (Y) adalah penjualan. Untuk mencari hubungan  $X_1$ ,  $X_2$ , secara bersama-sama terhadap Y menggunakan korelasi berganda. Model kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

**Gambar I.1**  
**Kerangka Konsep Penelitian**



<sup>14</sup>Tukiran Taniredja dan Hidayati Mustafidah, *Op. Cit*, h. 44





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**7. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

**Tabel. I.4**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi	Indikator
Harga (X <sub>1</sub> )	Harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang atau jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai yang harus dibayarkam untuk produk harga atau produk jasa pada waktu tertentu dan dipasar tertentu. <b>(Mulyadi Nitisusastro 2010:133)</b>	a. Harga pasar b. Sesuai dengan kualitas c. Kepuasan konsumen Persaingan harga
Promosi (X <sub>2</sub> )	Promosi adalah memperkenalkan promosi dagang artinya kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara pameeran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif. <b>(Mulyadi Nitisusastro 2010:138)</b>	a. Hubungan masyarakat b. Penjual personal c. Promosi penjualan
Penjualan (Y)	Penjualan adalah proses dimana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjual dipenuhi, melalui pertukaran informasi dan kepentingan <b>(Kottler &amp; Amstrong 2008: 457)</b>	a. Menunjang pertumbuhan perusahaan b. Kelancaran penjualan c. Penjualan yang meningkat d. Permintaan selalu tinggi e. Selalu terjadi kekurangan persediaan

**8. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Menurut Sugiyono analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>15</sup> Penelitian kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data angka yang diolah dengan metode statistik. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini dibantu oleh komputerisasi melalui program *Statistical Product and Service Solution* (IBM SPSS) versi 23.

Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator – indikator yang dapat diukur. Akhirnya indikator – indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.<sup>16</sup>

Dalam kuesioner ini digunakan skala likert yang terdiri dari sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Skala likert adalah skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap objek yang akan diukur. Jawaban dari kuesioner tersebut diberi bobot skor atau nilai sebagai berikut :

<sup>15</sup> Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, (Yogyakarta: Andi, 2014), h.30.

<sup>16</sup> Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel –Variabel Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2013),



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

SS	=Sangat Setuju	=5
S	=Setuju	=4
N	=Netral	=3
TS	=Tidak Setuju	=2
STS	=Sangat Tidak Setuju	=1

### 9. Uji Instrumen Data

#### a. Uji Validitass

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas :

- 1) Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Juliansyah Noor, *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), 164.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk uji realibilitas digunakan *Teknik Alpha Cronbach*, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (*reliable*) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih.

## c. Asumsi Klasik

Model regresi linier dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang disebut asumsi klasik. Berikut pengujian asumsi klasik.

### 1) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi terdistribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal atau tidak, maka dapat menggunakan salah satu analisis yaitu analisis grafik. Analisis grafik yang digunakan untuk menguji normalitas data adalah *normal probability plot*. Apabila data tersebut di sekitar garis diagonal maka data tersebut normal dan sebaliknya apabila data menyebar dan tidak berada di sekitar garis diagonal maka data dikatakan tidak normal.<sup>18</sup>

<sup>18</sup>Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2011), h. 69.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier.<sup>19</sup>

Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat nilai TOL (*Tolerance*) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF tidak lebih dari 10, maka model dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinier.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Salah satu asumsi regresi linear yang harus dipenuhi adalah homogenitas variansi dari *error* (homoskedastisitas; *homoscedasticity*). Homoskedastisitas berarti bahwa variansi dari *error* bersifat konstan (tetap) atau disebut juga identik. Kebalikannya adalah kasus heteroskedastisitas, yaitu jika kondisi variansi *error*-nya (atau *y*) tidak identik.<sup>20</sup>

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode analisis grafik. Metode analisis grafik dilakukan dengan mengamati *scatterplot* di mana sumbu horizontal menggambarkan

<sup>19</sup>*Ibid*, h. 81.

<sup>20</sup>Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometri*, (Yogyakarta: Andi, 2010), h. 103.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nilai *predicted standardized* sedangkan sumbu vertical menggambarkan nilai *residual studentized*. Jika *scatterplot* membentuk pola tertentu, hal itu menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Sedangkan jika *scatterplot* menyebar secara acak, maka hal itu menunjukkan tidak terjadinya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk.

Uji heteroskedastisitas dapat juga dilakukan dengan uji *spearman's rho*. Yaitu jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, tetapi jika signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas.<sup>21</sup>

#### 4) Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu.<sup>22</sup> Uji autokorelasi yang biasa digunakan adalah uji *Durbin-Watson* (Uji D-W). Kriteria pengujian *Durbin-Watson* adalah sebagai berikut<sup>23</sup>:

- a) Jika  $DW < dL$  atau  $DW > 4-dU$  berarti terdapat autokorelasi.
- b) Jika  $DW$  terletak antara  $dU$  dan  $4-dU$  berarti tidak ada autokorelasi.

<sup>21</sup>Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: Andi, 2012), h. 168.

<sup>22</sup>Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Op. cit*, h. 75.

<sup>23</sup>Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012), h. 84.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Jika DW terletak antara dL dan dU atau di antara 4-dU dan 4-dL, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

**d. Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Regresi Linear Berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh beberapa variabelindependen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah harga (X<sub>1</sub>), dan promosi (X<sub>2</sub>), sedangkan variabel dependennya adalah penjualan (Y).

Bentuk formulasi alat analisis statistik regresi linear berganda secara matematis dapat dijabarkan secara berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Keterangan :

Y = Penjualan

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Harga

X<sub>2</sub> = Promosi

ε = Epsilon

**e. Pengujian Hipotesis**

Untuk memperoleh kesimpulan dari analisis regresi linier berganda, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian hipotesis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 1) Uji t

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan menguji koefisien variabel independen atau uji parsial untuk semua variabel independen. Uji ini membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  yaitu bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  berarti bahwa variabel bebas mampu mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat, dalam hal ini tingkat kepercayaan  $\alpha$  sebesar 0,05 (5%).

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 2) Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen, uji F dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ . Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu:

Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3) Koefisien Korelasi Sederhana

Analisis ini digunakan untuk melihat keeratan hubungan antar variabel. Koefisien korelasi bergerak antara 0,00 sampai 1,00 (disebut korelasi positif) atau antara 0,00 sampai -1,00 (disebut korelasi negatif). Korelasi positif berarti kenaikan variabel pertama diikuti dengan kenaikan skor variabel kedua. Sedangkan korelasi negatif adalah korelasi dimana kenaikan skor variabel pertama diikuti dengan menurunnya skor variabel kedua, atau sebaliknya.<sup>24</sup>

### 4) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis  $R^2$  (R Square) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama – sama terhadap variabel dependen.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h.45

<sup>25</sup> Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian*, (Yogyakarta: 2010), h. 83



## G. Sistematika Penulisan

### BAB I : PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Batasan Masalah
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Hipotesis Penelitian
- F. Metode Penelitian

### BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

- A. Sejarah CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar
- B. Visi dan Misi CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar
- C. Struktur Organisasi CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar

### BAB III : LANDASAN TEORETIS

- A. Pengertian Penjualan dan Sumber Hukumnya
- B. Pengertian Harga dan Sumber Hukumnya
- C. Sistem Promosi dalam Ekonomi Syariah
- D. Sistem Jual Beli dalam Ekonomi Syariah
- E. Etika Perdagangan Menurut Ekonomi Syariah

### BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Pengaruh Variabel Harga dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan pada CV. Tani Sukses di Desa Pontian Mekar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

- B. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap harga dan promosi dalam peningkatan Penjualan pada CV. Tani Sukse di Desa Pontian Mekar.

## **BAB V : PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

### **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

## GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

## A. Sejarah Singkat CV. Tani Sukses

Tanaman kelapa sawit saat ini merupakan salah satu jenis tanaman perkebunan yang menduduki posisi penting di sektor pertanian. Hal ini disebabkan karena dari sekian banyak tanaman yang menghasilkan minyak, kelapa sawit yang menghasilkan nilai ekonomi terbesar per hektarnya di dunia.

Dampak terhadap masyarakat sekitar pengembangan perkebunan kelapa sawit, tercermin dalam terciptannya kesempatan kerja bagi masyarakat tempatan. Begitu juga timbulnya kesempatan berusaha, seperti: membuka kios penjualan pupuk kelapa sawit, jasa transportasi, serta jasa perbankan.

Hal ini yang mendorong CV. Tani Sukses berdiri. Dengan membuka dan menciptakan lapangan kerja CV. Tani Sukses mampu memberikan pekerjaan kepada orang-orang yang membutuhkan pekerjaan. CV. Tani Sukses terletak di kecamatan lubuk batu jaya. CV. Tani Sukses merupakan usaha distribusi yang bergerak dalam bidang penjualan pupuk kelapa sawit.

Perusahaan ini berdiri selama sepuluh tahun terhitung pada tanggal 18 Maret 2011. Usaha ini telah memiliki izin usaha perdagangan dengan Nomor 264 / BPMD DAN PPT / SIUP – PK / IX / 2016. Usaha yang berawal dari kecil kemudian membentuk CV yang diberi nama CV. Tani Sukses yang berlokasi di desa pontian mekar kecamatan lubuk batu jaya kabupaten Indragiri hulu. Dengan berjalannya waktu perusahaan ini semakin besar serta





### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

telah memiliki satu cabang kedai yang berada di desa kulim jaya kecamatan lubuk batu jaya.

Adapun sumber barang dan produk CV. Tani Sukses berasal dari dalam negeri (Lokal) dan luar negeri (Import).

1. Pupuk import berupa : NPK, KCL, TSP dan Solumag yang di import dari Canada perusahaan importirnya adalah : PT. Sentana Adidaya Pratama, PT. Wimar Chemical Indonesia, PT. Meroke Tetap Jaya.
2. Pupuk lokal berupa : Dolomite dan Pupuk RP dari PT. Polowijo Gosari, PT. Multimas Chemindo Indonesia.

#### a. Profil Usaha

Nama Usaha	: CV. Tani Sukses
Nama Pemilik	: Paidi
Tempat Kedudukan	: Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu
Jenis Usaha	: Usaha Dagang (UD)
Tujuan	: Menguasai pasokan pupuk yang dikenal oleh masyarakat luas dan dikenal sebagai supplier pupuk yang berkualitas
Modal Usaha	: Modal pribadi dan pinjaman dari bank

#### b. Syarat – syarat karyawan CV. Tani Sukses

Umur	: 20 – 35 Tahun
Tamatan	: SMA
Agama	: Islam

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Spesifikasi : jujur dan bisa berkerjasama

**c. Visi dan Misi CV. Tani Sukses**

Setiap suatu usaha yang didirikan pasti mempunyai tujuan, untuk mewujudkan tujuan tersebut maka terlebih dahulu menetapkan visi dan misi usahanya. Visi dan misi ditetapkan dalam rangka untuk mengarahkan dalam menjalankan usahanya.

**1) Visi CV. Tani Sukses :**

Menjadikan usaha CV. Tani Sukses lebih besar, dan berkembang dari tahun ke tahundengan memberikan nilai kepuasan terbaik bagi pelanggan melalui pelayanan dan produk yang berkualitas.

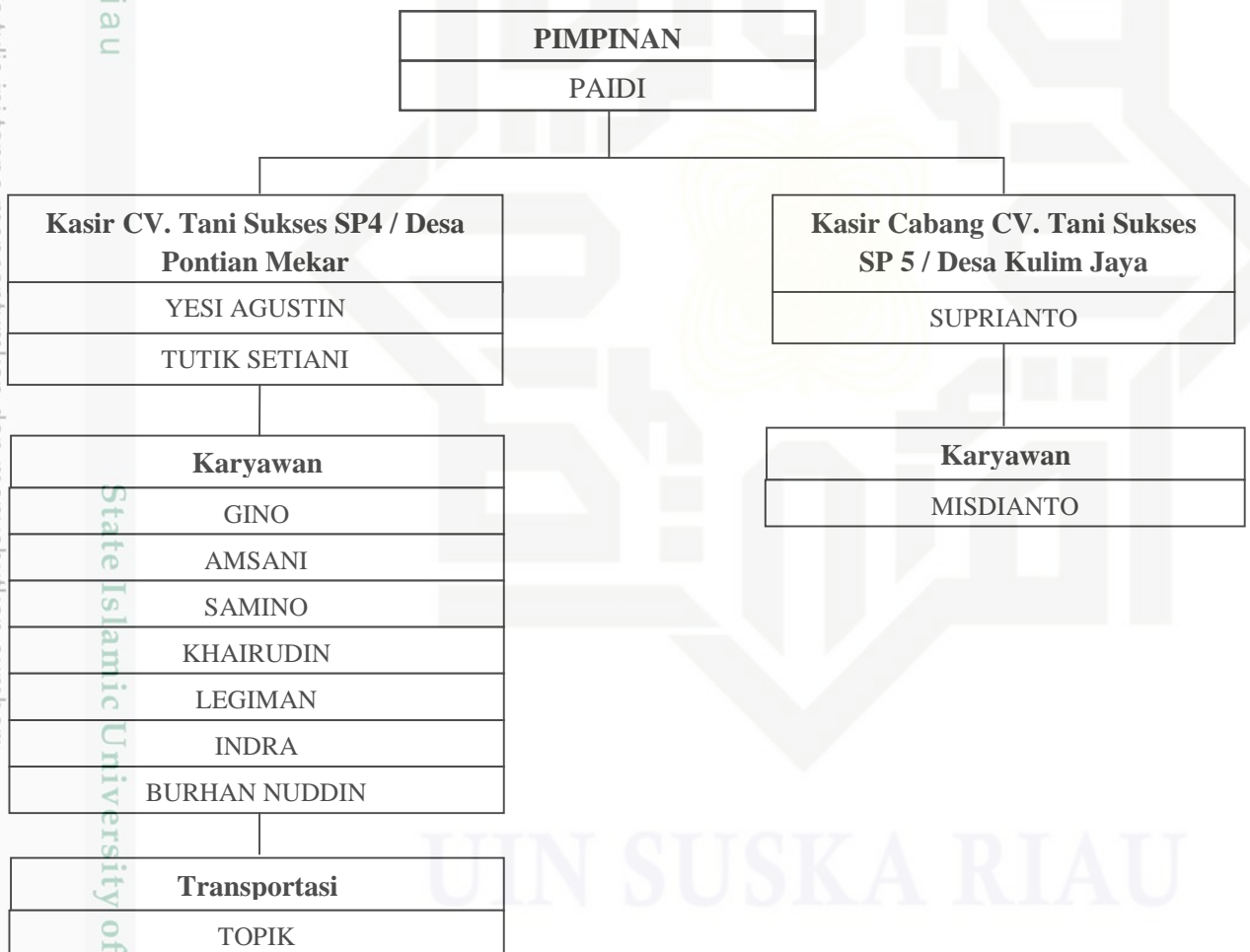
**2) Misi CV. Tani Sukses :**

- a) Menjaga kepercayaan pelanggan dan memuaskan bagi pelanggan dari segi jasa pelayanan, kualitas dan kuantitas barang yang dibutuhkan sehingga tidak membuat pelanggan kecewa.
- b) Memperbanyak melakukan promosi kepada calon-calon konsumen yang belum menjadi pelanggan.
- c) Menjaring konsumen, koperasi sebanyak-banyaknya dan menambah modal usaha.

## B. Struktur Organisasi CV. Tani Sukses

Struktur organisasi merupakan gambaran umum perusahaan secara sederhana, struktur organisasi memperlihatkan tingkatan –tingkatan dalam suatu organisasi yang memberi perintah, menjalankan, melaksanakan, serta siapa yang memutuskan kebijaksanaan dan lain – lain. Struktur organisasi perusahaan menggambarkan wadah kegiatan usaha, penempatan orang – orang dan pengaturan hubungan kerja.<sup>24</sup>

**Gambar II.1**  
**Struktur Organisasi CV. Tani**



Sumber : CV. Tani Sukses kabupaten indragiri hulu

<sup>24</sup> Francis Tantri, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2009), h. 65.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari gambar II.1 Struktur Organisasi CV. Tani Sukses dapat diketahui tugas dari masing-masing bagian dalam organisasi tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Pimpinan

Pemilik/pendiri yaitu orang yang membuka usaha, mengelola, penanggung jawab atas jalannya usaha dan yang memimpin bawahan. Kemudian mengambil keputusan yang berhubungan dengan kegiatan usaha. Selain itu pemilik juga memantau dan menerima laporan kas.

#### 2. Kasir

Kasir merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap penerimaan dan pengeluaran kas. Tugas dari kasir adalah sebagai berikut :

- a. Mencatat transaksi penjualan harian
- b. Menghitung penjualan harian

#### 3. Karyawan

Tugas karyawan CV ialah sebagai berikut :

- a. Melayani para pelanggan dengan baik dan sopan.
- b. Memeriksa barang yang kosong
- c. Merapikan barang
- d. Memeriksa dan mengontrol barang yang rusak

#### 4. Transportasi

Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Adapun tugas transportasi adalah sebagai berikut :





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Mengantarkan barang pesanan konsumen
- b. Mengambil barang dari gudang untuk dibawa ketoko
- c. Mempermudahkan segala aktivitas kegiatan

### C. Aktivitas Usaha

Aktivitas usaha CV. Tani Sukses sehari – hari adalah menjalankan usahanya dengan mulai buka pagi hari yakni pukul 07.30 WIB sampai pukul 17.00 WIB. Usaha CV. Tani Sukses ini telah memiliki satu cabang yang berada di desa kulim raya kecamatan lubuk batu jaya. Sistem pengelolaan usaha ini adalah dengan system upah bulanan bagi seluruh karyawan dan ditambah dengan bonus serta tunjangan hari raya (THR).



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### LANDASAN TEORETIS

#### A. Harga

##### 1. Pengertian Harga

Menurut Philip Kotler secara sempit harga dapat didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, sementara secara lebih luas harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa.<sup>25</sup>

Menurut Kotler dan Armstrong harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.<sup>26</sup> Dan menurut Basu Swastha dan Irawan harga merupakan jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.<sup>27</sup>

Harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Seseorang akan berani membayar suatu produk dengan harga yang mahal apabila produk tersebut melebihi harapannya (dia menilai kepuasan yang diharapkannya terhadap produk yang akan dibelinya itu tinggi). Sebaliknya, apabila seseorang itu menilai kepuasannya terhadap suatu produk itu rendah, maka dia tidak akan bersedia untuk membayar atau membeli produk itu dengan harga yang mahal. Sedangkan secara historis harga itu ditentukan oleh pembeli dan penjual

<sup>25</sup>Hendra Riofita, *Strategi Pemasaran*, (Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015) h. 114.

<sup>26</sup>Kotler dan Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Perhalindo, 2008, h. 63.

<sup>27</sup>Basu Swastha & Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset, 2008, h. 241.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melalui proses tawar menawar, sehingga terjadilah kesepakatan harga tertentu.<sup>28</sup>

Penentuan harga satu keputusan yang paling sulit untuk suatu usaha baru adalah memutuskan harga yang tepat untuk produk/jasa. Produk/jasa berkualitas mungkin ditetapkan pada harga tinggi untuk mempertahankan citranya. Dalam keputusan penentuan harga, faktor lain harus dipertimbangkan seperti biaya, diskon, pengangkutan, dan laba.<sup>29</sup> Secara umum tujuan penetapan harga ada 5 yakni<sup>30</sup>:

#### 2. Tujuan Penetapan Harga

##### 1. Tujuan berorientasi laba

Tujuan ini mengandung makna perusahaan akan mengabaikan harga para pesaing. Pilihan ini cocok dalam tiga kondisi yaitu, tidak ada pesaing, perusahaan beroperasi pada kapasitas maksimum, harga bukanlah merupakan atribut yang penting bagi pembeli.

##### 2. Tujuan berorientasi volume

Tujuan ini dilandaskan pada strategi mengalahkan atau mengalahkan persaingan. Pada tujuan ini perusahaan akan melihat harga yang dipatok oleh kompetitor kemudian menetapkan harga diatas atau dibawahnya. Jika ingin menjadi *low cost leader* maka harus paling rendah diantara harga yang lain. Harga yang ditetapkan sedemikian rupa agar

<sup>28</sup> Indriyo Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2014, h. 271.

<sup>29</sup> Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 120

<sup>30</sup> Syafrizal Helmi Situmorang, *Bisnis Perencanaan dan Pengembangan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2009), h. 99



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat mencapai target volume penjualan, nilai penjualan atau pangsa pasar.

#### 3. Tujuan berorientasi pada citra (*image*)

Dalam tujuan ini perusahaan berusaha menghindari persaingan dengan jalan melakukan differensiasi produk atau melayani segmen pasar khusus. Biasanya perusahaan memiliki value tinggi akan menerapkan *premium pricing*. Strategi ini banyak dilakukan perusahaan yang bergerak dibidang jasa seperti perhotelan.

#### 4. Tujuan stabilisasi harga

Tujuan ini dilakukan dengan jalan menetapkan harga untuk mempertahankan hubungan yang stabil antara harga satu perusahaan dan harga permintaan industri.

#### 5. Tujuan – tujuan lainnya

Harga dapat pula ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan atau menghindari campur tangan pemerintah.

#### 3. Faktor-faktor Harga

Dalam kenyataan, tingkat harga yang terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti:<sup>31</sup>

##### 1. Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku. Pada periode resesi misalnya, merupakan suatu periode

<sup>31</sup> Basu Swastha dan Ibnu Sukutjo, *Op.cit*, h. 211



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimana harga berada pada suatu tingkat yang lebih rendah. Di Indonesia setelah, setelah ada keputusan pemerintah 15 November 1978 yang menentukan nilai tukar \$ 1,00 (satu dollar) Amerika dari Rp 415,00 menjadi Rp 625,00, terjadilah reaksi – reaksi di kalangan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis. Reaksi spontan terhadap keputusan tersebut adalah adanya kenaikan harga – harga. Kenaikan yang paling menyolok terjadi pada harga barang – barang mewah, barang – barang impor, dan barang – barang yang dibuat dengan bahan atau komponen dari luar negeri.

#### 2. Penawaran dan permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya, tingkat harga yang rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

#### 3. Elastisitas Permintaan

Faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga adalah sifat permintaan pasar. Sebenarnya sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penjualan ini berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

#### 4. Persaingan

Harga jual beberapa macam barang sering dipengaruhi oleh keadaan persaingan yang ada. Barang – barang dari hasil pertanian misalnya, dijual dalam keadaan persaingan murni (*pure competition*). Dalam persaingan seperti ini penjual yang jumlahnya banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyak penjual dan pembeli ini akan mempersulit penjualan perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli yang lain.

#### 5. Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutupi biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun non operasi, akan menghasilkan keuntungan.

#### 6. Tujuan perusahaan

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan – tujuan yang akan dicapai setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya.

Tujuan – tujuan yang hendak dicapai tersebut antara lain:

- 1) Laba maksimum
- 2) Volume penjualan tertentu
- 3) Pengawasan pasar



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu

**7. Pengawasan pemerintahan**

Pengawasan pemerintahan juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintahan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk: penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktek – praktek lain yang mendorong atau mencegah usaha – usaha ke arah monopoli.

**4. Harga Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah**

Dalam Islam konsep penentuan harga berdasarkan pembentukan harga alami antara permintaan dan penawaran. Hal ini bisa terlihat dari hadits dari Rasulullah dimana pada saat itu harga-harga melonjak pada masa Rasulullah Saw., para sahabat berkata “ wahai Rasulullah, tentukanlah harga untuk kami ”. Rasulullah Saw. menjawab :

*Sesungguhnya Allah-lah yang menentukan harga, yang mencabut, yang membentangkan, dan yang memberi rezeki. Saya sungguh berharap dapat bertemu Allah dalam keadaan tidak seorang pundari kalian yang menuntut kepadaku karena kezaliman dalam darah dan harta. (HR.Ahmad, Abu Daud, Tirmidz, Ibnu Majah, Darami, dan Abu Yakla).*

Dari hadits tersebut bisa dilihat bahwa Islam memandang konsep pembentukan harga berdasarkan *sunatullah* atau berjalan alami sesuai kondisi pasar tanpa penentuan dari kekuasaan manusia. Menentukan harga akan menimbulkan ketidak seimbangan pada pasar yang berarti akan menimbulkan kerugian bagi pembeli atau penjual, yang berarti adalah kezhaliman.

Oleh karena harga sesuai dengan kekuatan penawaran dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

permintaan di pasar, maka harga barang tidak boleh ditetapkan pemerintah, karena ketentuan harga tergantung pada hukum permintaan dan penawaran.

Namun demikian, ekonomi Islam masih memberikan peluang pada kondisi tertentu untuk melakukan intervensi harga (price intervention) bila para pedagang melakukan monopoli dan kecurangan yang menekan dan merugikan konsumen.

Dalam kegiatan ekonomi tidak boleh ada pihak yang dirugikan, sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an surat al-Baqarah (2) ayat 279:

لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَئِمَّ رُءُوسُ  
أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya: *Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.*

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan dimana berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu dan ukuran (takaran maupun timbangan). Berlaku adil akan dekat dengan, karena itu berlaku tidak adil akan membuat seseorang tertipu pada kehidupan dunia. Karena itu dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau gharar.

Di masa Khulafaur Rasyidin, para khalifah pernah melakukan





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

intervensi pasar, baik pada sisi supply maupun demand. Intervensi pasar yang dilakukan Khulafaur Rasyidin sisi supply ialah mengatur jumlah barang yang ditawarkan seperti yang dilakukan Umar bin Khattab ketika mengimpor gandum dari Mesir untuk mengendalikan harga gandum di Madinah. Sedangkan intervensi dari sisi demand dilakukan dengan menanamkan sikap sederhana dan menjauhkan diri dari sifat konsumerisme.

Sementara itu, Ibnu Taimiyah, seorang ulama yang membahas ekonomi dalam bukunya *al Hisbah fi al Islam* (Lembaga Hisbah dalam Islam) dan *al Siyasah al Syar'iyah fi Ishlah al Ra'i wa al Ra'iyah* (Hukum Publik dan Privat dalam Islam), memperkenalkan konsep harga yang adil. Dalam buku pertama, ia banyak membahas tentang pasar dan intervensi pemerintah dalam kehidupan ekonomi. Dalam buku kedua, ia membahas masalah pendaptan dan pembiayaan publik.

Harga yang adil menurut Ibnu Taimiyah adalah :

*"Nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dan diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan waktu berbeda".<sup>32</sup>*

## B. Promosi

### 1. Pengertian Promosi

Promosi adalah aktivitas-aktivitas sebuah perusahaan yang dirancang untuk memberikan informasi untuk membujuk pihak lain tentang perusahaan yang bersangkutan dan barang-barang serta jasa-jasa yang ditawarkan agar

<sup>32</sup>uis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Grama Publishing. 1996).  
h.210.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Tujuan promosi adalah memperoleh perhatian, mendidik, meningkatkan dan menyakinkan calon konsumen.<sup>33</sup>

Promosi artinya memperkenalkan, promosi dagang artinya kegiatan komunikasi untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara pameran, periklanan, demonstrasi, dan usaha lain yang bersifat persuasif. Filosofi promosi adalah komunikasi, yakni komunikasi antara produsen kepada konsumen.<sup>34</sup>

Promosi juga dapat diartikan sebagai proses komunikasi yang berisi penyampaian data dan informasi, manfaat serta keunggulan suatu produk kepada khalayak atau masyarakat luas oleh petugas promosi dengan tujuan untuk menarik perhatian sasaran promosi agar menjadi konsumen produk yang dipromosikan. Berdasarkan konsepsi para ahli dan kenyataan di lapangan, maka promosi dapat dilakukan dengan cara:<sup>35</sup>

1. *Advertising* (Periklanan)
2. *Personnel Selling* (Penjualan Pribadi)
3. *Sales Promotion* (Promosi Penjualan)
4. *Publicity* (Mempublikasikan nilai positif bisnis)
5. *Public Relation* (Hubungan Masyarakat)
6. *Combination* (Kombinasi)

#### 2. Kegiatan Promosi

<sup>33</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasar dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 179

<sup>34</sup> Mulyadi Nitisusastro, *kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 138

<sup>35</sup> Eman Suherman, *Op. Cit*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 161



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kegiatan promosi yang dilakukan suatu perusahaan menggunakan acuan/ bauran promosi (*promotional mix*), yang terdiri dari:<sup>36</sup>

1. *Advertensi*, Merupakan suatu bentuk penyajian dan promosi dari gagasan, barang atau jasa yang dibiayai oleh suatu sponsor tertentu yang bersifat nonpersonal.
2. *Personal Selling*, yang merupakan penyajian secara lisan dalam suatu pembicaraan dengan seseorang atau lebih calon pembeli dengan tujuan agar dapat terealisasinya penjualan.
3. Promosi penjualan (*sales promotion*), yang merupakan segala kegiatan pemasaran selain *personal selling*, *advertensi* dan publisitas, yang merangsang pembelian oleh konsumen dan keefektifan agen seperti pameran, pertunjukan, demonstrasi dan segala usaha penjualan yang tidak dilakukan secara teratur atau kontinyu.
4. Publisitas (*Publicity*), merupakan usaha untuk merangsang permintaan dari suatu produk secara nonpersonal dengan membuat, baik berupa berita, yang bersifat komersial tentang produk tersebut di dalam media cetak atau tidak, maupun hasil wawancara yang disiarkan dalam media tersebut.

### C. Penjualan

#### 1. Pengertian Penjualan

Penjualan adalah mendapatkan seseorang untuk membeli salah satu produk dan jasa apakah dengan cara promosi atau secara langsung.<sup>37</sup>

Menjual adalah salah satu kegiatan dari pemasaran dalam upaya

<sup>36</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h. 268

<sup>37</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2002), Cet. Ke-4, h.136.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyampaikan produk ke pasar dan penjual dituntut untuk mempengaruhi calon pembeli agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkan<sup>38</sup>. Menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Eman Suherman dalam bukunya yang berjudul “ praktik bisnis” menyebutkan bahwa penjualan adalah apa yang dilakukan sebuah perusahaan untuk menjual produk – produk yang di buatnya.<sup>39</sup>

Penjualan ini merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang dituju. Fungsi penjualan juga merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos – ongkos dengan harapan bisa mendapatkan laba. Jika barang – barang itu dibeli untuk dijual, maka harus diusahakan sejauh mungkin agar barang tersebut dapat terjual. Oleh karena itu perlu adanya berbagai macam cara untuk memajukan penjualan, seperti periklanan, peragaan, dan sebagainya.<sup>40</sup>

Penjualan merupakan inti dari kegiatan bisnis karena melalui penjualan diperoleh keuntungan dan keuntungan menjadi tujuan utama dari bisnis. Penjualan merupakan proses penawaran suatu produk oleh penjual kepadapembeli sampai terjadi kesepakatan penyerahan produk dari penjual yang dibalas penyerahan sejumlah alat pembayar dari

<sup>38</sup> Gouzali Saydam, *Panduan Lengkap Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2006), h. 237

<sup>39</sup> Eman Suherman, *Praktik Bisnis Berbasis Enterepreneurship*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 123

<sup>40</sup> Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi ke-3, (Yogyakarta: Liberty, 2008), h. 183





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembeli.<sup>41</sup> Dalam melakukan penjualan, pebisnis dapat memposisikan sebagai penjual dan sebagai penjual hendaknya memiliki teknik menjual yang pada beberapa literatur dinamai *salesmanship*. *Salesmanship* merupakan keterampilan atau seni membujuk dan menyakinkan orang agar menyadari kebutuhannya terhadap produk yang ditawarkan.<sup>42</sup>

Jual beli adalah akad *mu'awadhah*, yakni akad yang dilakukan oleh kedua belah pihak, dimana pihak pertama menyerahkan barang dan pihak kedua menyerahkan imbalan, baik berupa uang maupun barang.

Syafi'iyah dan Hanabilah bahwa objek jual beli bukan hanya barang (benda), tetapi juga manfaat, dengan syarat tukar-menukar berlaku selamanya, bukan untuk sementara.<sup>43</sup>

Di dalam konsep penjualan terdapat asumsi yang menyatakan bahwa para konsumen umumnya menunjukkan keengganan atau penolakan untuk membeli sehingga harus dibujuk supaya dibeli, karena itu perusahaan harus memiliki banyak alat penjual atas promosi yang efektif untuk dapat merangsang pembeli.

Berdasarkan konsep di atas jelaslah bahwa penjualan merupakan bagian dari pemasaran yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran terhadap suatu produk yang dihasilkan kepada konsumen (masyarakat/pemakai) guna mencapai keuntungan atau laba, sehingga idealnya suatu perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang optimal

<sup>41</sup> Eman Suherman, *Op.cit*, h. 165

<sup>42</sup> *Ibid*, h. 123

<sup>43</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), Cet. Ke-1, h. 173-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

apabila perusahaan tersebut mampu menjual seluruh hasil produk yang ditawarkan.<sup>44</sup>

Jual beli yang baik sangat dianjurkan dalam Islam sebagaimana dasar hukum jual beli dijelaskan dalam Al-Qur'an surat AN-Nisa : 29 adalah sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesama dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama suka diantara kamu”.(Q.S. AN-Nisa : 29)

#### D. Teori Besar Pemasaran

Pemasaran berhubungan dan berkaitan dengan suatu proses mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat. Salah satu dari definisi pemasaran yang terpendek adalah “memenuhi kebutuhan secara menguntungkan”.<sup>45</sup>

Menurut Philip Kotler, pemasaran adalah sebuah proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya. Definsi ini berdasarkan pada beberapa konsep-konsep inti seperti: kebutuhan, keinginan, dan

<sup>44</sup> Yayah yuningsih, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Eka Sari Lorena Express Cabang Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2015, h 19

<sup>45</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 6



permintaan produk-produk, *value*, biaya dan kepuasan, pertukaran transaksi, hubungan *networks*, pasar dan para pemasar.<sup>46</sup>

Kotler dan AB Susanto memberikan definisi pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.<sup>47</sup>

Jadi pemasaran mengandung arti bahwa kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha kegiatan pemasaran dan berpusat pada kebutuhan dan keinginan manusia itu sendiri. Kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan CV. Tani Sukses adalah berbagai kegiatan yang langsung dengan konsumen untuk mempengaruhi dan memenuhi permintaan konsumen. Kegiatan dimana CV. Tani Sukses melakukan jasa pelayanannya melalui jalur pemasaran, mempromosikannya dan menetapkan harga.

### E. Sistem Jual Beli dalam Ekonomi Syariah

Perkataan jual beli terdiri dari dua suku kata yaitu jual dan beli. Sebenarnya kata jual dan beli mempunyai arti yang satu sama lainnya bertolak belakang. Kata jual menunjukkan bahwa adanya perbuatan menjual, sedangkan beli adalah adanya perbuatan membeli. Dengan demikian, perkataan jual beli menunjukkan adanya dua perbuatan dalam satu peristiwa, yaitu satu pihak menjual dan pihak lain membeli. Dalam hal ini terjadilah peristiwa hukum jual

<sup>46</sup> Philip Kotler, *Marketing Management*. (Jakarta: Prenhallindo, 2004), h.8

<sup>47</sup> Philip Kotler dan AB Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 7.



beli yang terlihat bahwa dalam perjanjian jual beli terlibat dua pihak yang saling menukar atau melakukan pertukaran.<sup>48</sup>

Menurut Sulaiman Rasyid yang dikutip oleh Lukman Hakim dalam bukunya yang berjudul prinsip – prinsip ekonomi Islam pengertian jual beli secara etimologis adalah menukar harta dengan harta. Sedangkan pengertian dari istilah adalah menukar suatu barang dengan barang yang lain dengan cara tertentu (akad). Pengertian sebenarnya dari kata “*bay’un*” (jual) itu ialah pemilikan harta dengan harta (barang dengan barang) dan agama menambahkan persyaratan saling rela (suka sama suka).<sup>49</sup>

Menurut Sohari Sahrani dan Ru’fah Abdullah dalam bukunya yang berjudul fikih muamalah menjelaskan bahwa menurut istilah (terminologi), yang dimaksud dengan jual beli adalah sebagai berikut:

1. Menukar barang dengan barang atau barang dengan uang yang dilakukan dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.
2. Pemilikan harta benda dengan jalan tukar menukar yang sesuai dengan aturan syara.
3. Saling tukar harta, saling menerima, dapat dikelola (*tasharruf*) dengan ijab dan kabul, dengan cara yang sesuai dengan syara.
4. Tukar menukar benda dengan benda lain dengan cara yang khusus (dibolehkan).

<sup>48</sup> Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), h. 139

<sup>49</sup> Lukman Hakim, *Prinsip – Prinsip Ekonomi Islam*, (Bandung: Erlangga, 2012), h. 110





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Penukaran benda dengan benda lain dengan jalan saling merelakan atau memindahkan hal milik dengan ada penggantinya dengan cara yang dibolehkan.
6. Akad yang tegak atas dasar penukaran harta dengan harta, maka jadilah penukaran hak milik secara tetap.

Dengan mencermati batasan jual beli tersebut, dapat dipahami bahwa dalam transaksi jual beli ada dua belah pihak yang terlibat, transaksi terjadi pada benda atau harta yang membawa kemaslahatan bagi kedua belah pihak, harta yang diperjualbelikan itu halal dan kedua belah pihak mempunyai hak atas kepemilikannya untuk selamanya. Selain itu inti jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara sukarela di antara kedua belah pihak.<sup>50</sup>

Jual beli menurut ulama Malikiyah ada dua macam, yaitu jual beli yang bersifat umum dan jual beli yang bersifat khusus. Jual beli dalam arti umum ialah suatu perikatan tukar menukar sesuatu yang bukan kemanfaatan dan kenikmatan. Perikatan adalah akad yang mengikat dua belah pihak, tukar menukar yaitu salah satu oleh pihak lain dan sesuatu yang bukan manfaat ialah bahwa benda yang ditukarkan adalah zat (berbentuk), ia berfungsi sebagai objek penjualan, jadi bukan manfaatnya atau bukan hasilnya.

Jual beli dalam arti khusus ialah ikatan tukar menukar sesuatu yang bukan memanfaatkan dan bukan pula kelezatan yang mempunyai daya tarik, penukarannya bukan emas dan bukan pula perak, bendanya dapat direalisasikan dan ada sekitar (tidak

<sup>50</sup> Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Fikih Muamalah*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 66



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditanggukkan), bukan merupakan utang (baik barang itu ada dihadapan pembeli ataupun tidak), barang yang sudah diketahui sifat – sifatnya atau sudah diketahui terlebih dahulu.<sup>51</sup> Dalam syariat Islam juga menjelaskan tentang jenis – jenis jual beli yang dilarang, antara lain<sup>52</sup>:

1. Jual beli yang belum diterima, seorang muslim tidak boleh membeli suatu barang kemudian menjualnya padahal ia belum menerima barang dagangan tersebut, karena dalil – dalil berikut: sabda Rasulullah Saw, “jika engkau membeli sesuatu, engkau jangan menjualnya hingga engkau menerimanya,” (H.R. Tabrani). Sabda Rasulullah Saw, “Barang siapa membeli makanan, ia jangan menjualnya hingga menerimanya.” (H.R. Bukhari).
2. Jual beli seorang muslim dari muslim lainnya, seorang muslim tidak boleh jika saudara seagamanya telah membeli sesuatu barang seharga lima ribu rupiah misalnya, kemudian ia berkata kepada penjualnya. “mintalah kembali barang itu, dan batalkan jual belinya, karena aku akan membelinya darimu seharga enam ribu,” karena Rasulullah Saw bersabda, “janganlah sebagian dari kalian menjual di atas jual beli sebagian lainnya,” (HR. Muttafaqun ‘alaih).
3. Jual beli *najasy*, seorang muslim tidak boleh menawar suatu barang dengan harga tertentu padahal ia tidak ingin membelinya, namun ia berbuat seperti itu agar diikuti para penawar lainnya kemudian pembeli tertarik membeli barang tersebut. Seorang muslim juga tidak boleh berkata

<sup>51</sup> *Ibid*, h. 67

<sup>52</sup> Lukman Hakim, *op.cit*, h. 114



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepada pembeli yang ingin membeli suatu barang, “ barang ini dibeli dengan harga sekian”. Ia berkata bohong untuk menipu pembeli tersebut, ia bersekongkol dengan penjual atau tidak, karena Abdullah bin Umar Ra berkata, “Rasulullah Saw melarang jual beli najasy.” Rasulullah bersabda janganlah kalian saling melakukan jual beli najasy.” (H.R. Muttafaqun ‘alaih).

4. Jual beli barang haram dan najis, seorang muslim tidak boleh menjual barang – barang haram, barang – barang najis dan barang – barang yang menjurus kepada haram. Jadi ia tidak boleh menjual minuman keras, babi, bangkai, berhala, dan anggur yang hendak dijadikan minuman keras, karena dalil – dalil berikut: sabda Rasulullah Saw, “sesungguhnya Allah mengharamkan jual beli minuman keras, bangkai, babi, dan berhala.” Rasulullah Saw bersabda, “ barang siapa menahan anggur pada hari – hari panen untuk ia jual kepada Yahudi, atau orang Kristen atau orang yang akan menjadikan sebagai minuman keras, sungguh ia menceburkan diri ke neraka dengan jelas sekali.” (H.R. Muttafaqun ‘alaih).

5. Jual beli *gharar*, orang muslim tidak boleh menjual sesuatu yang di dalamnya terdapat *gharar* (ketidakjelasan). Jadi ia tidak boleh menjual ikan di air, atau menjual bulu di punggung kambing yang masih hidup, atau anak hewan yang masih dalam perut induknya atau buah – buahan yang belum masak, biji – bijian yang belum mengeras atau menjual barang tanpa penjelasan sifatnya. Sabda Rasulullah Saw, “janganlah kalian membeli ikan di air, karena itu gharar.” (H.R. Muttafaqun ‘Alaih).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Jual beli dua barang dalam satu akad, seorang muslim tidak boleh melangsungkan dua jual beli dalam satu akad, namun ia harus melangsungkan keduanya sendiri – sendiri, karena di dalamnya terdapat ketidakjelasan yang membuat orang muslim lainnya tersakiti atau memakan hartanya dengan tidak benar. Dua jual beli dalam satu akad mempunyai banyak bentuk, misalnya penjual berkata kepada pembeli, aku jual barang ini kepadamu seharga sepuluh ribu kontan atau lima belas ribu sampai waktu tertentu (kredit). Setelah itu akad jual beli dilangsungkan dan penjual tidak menjelaskan jual beli manakah (kontan atau kredit) yang ia kehendaki.
7. Jual beli *urbun* (uang muka), seorang muslim tidak boleh melakukan jual beli *urbun*, atau mengambil uang muka secara kontan, karena diriwayatkan bahwa Rasulullah Saw melarang jual beli *urbun* (Imam Malik dalam Al Muwatha). Tentang jual beli *urbun*, Imam Malik menjelaskan bahwa jual beli *Urbun* ialah seseorang membeli sesuatu atau menyewa hewan. Kemudian berkata kepada penjual, “engkau aku beri uang satu dinar dengan syarat jika engkau membatalkan jual beli, maka aku tidak memberimu uang sisanya,”
8. Menjual sesuatu yang tidak ada pada penjual, seorang muslim tidak boleh menjual sesuatu yang tidak ada padanya atau sesuatu yang belum dimilikinya, karena hal tersebut menyakiti pembeli yang tidak mendapatkan barang yang dibelinya. “*janganlah engkau menjual sesuatu yang tidak ada padamu.*” (H.R. Tarmizi).





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9. Jual beli utang dengan utang, seorang muslim tidak boleh menjual utang dengan utang, karena itu menjual barang yang tidak ada dengan barang yang tidak ada pula dan Islam tidak membolehkan jual beli seperti itu. Contohnya, Anda mempunyai piutang dua kwintal beras pada orang lain yang akan dibayar pada suatu waktu, kemudian anda menjualnya kepada orang lain sehingga seratus ribu sampai waktu tertentu.
10. Jual beli *Inah*, seorang muslim tidak boleh menjual sesuatu barang kepada orang lain dengan kredit, kemudian ia membelinya lagi dari pembeli dengan harga yang lebih murah, karena jika ia menjual barang tersebut kepada pembeli seharga sepuluh ribu rupiah, kemudian ia membelinya dari pembeli yang sama seharga lima ribu rupiah, maka itu seperti orang yang meminjamkan uang lima ribu rupiah dan meminta dikembalikan sebanyak sepuluh ribu rupiah. Hal ini sama seperti riba *nasi'ah* yang diharamkan Al Qur'an dan Al Hadits.
11. Jual beli *Musharah*, seorang muslim tidak boleh menahan susu kambing, unta atau lembu selama sehari – hari agar susunya terlihat banyak, kemudian manusia tertarik membelinya dan ia pun menjual – belikannya. Cara penjualan ini merupakan kebatilan karena mengandung penipuan.

Dalam aktivitas perdagangan, Islam mensyaratkan batasan – batasan tegas dan kejelasan obyek (barang) yang akan dijual belikan yaitu<sup>53</sup>:

<sup>53</sup> Muhammad, *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 93



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Barang tersebut tidak bertentangan dengan anjuran syariah Islam, memenuhi unsur halal baik dari sisi substansi (*dzatihi*) maupun halal dari sisi cara memperolehnya (*ghairu dzatihi*).
- b. Obyek dari barang tersebut harus benar – benar nyata dan bukan tipuan. Barang tersebut memang benar – benar bermanfaat dengan wujud yang tetap. Apabila barang itu meliputi kebutuhan konsumsi maka barang tersebut harus pula secara eksplisit mencantumkan informasi tentang manfaat seperti informasi mutu dan gizi, komposisi bahan dan masa kadaluarsa.
- c. Barang yang dijual belikan memerlukan media pengiriman dan distribusi yang tidak hanya tepat, tetapi juga memenuhi standar yang baik menurut Islam.
- d. Kualitas dan nilai yang dijual itu harus sesuai dan melekat dengan barang yang akan diperjualbelikan. Tidak diperbolehkan menjual barang yang tidak sesuai dengan apa yang diinformasikan pada saat promosi dan iklan.

Aktivitas perdagangan (bisnis) diperlukan, karena manusia tidak mampu memenuhi keperluannya sendiri tanpa bantuan orang lain. Oleh sebab itu, Allah telah menjelaskan dalam QS. Al-Maidah: 2

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعِيرَ اللَّهِ الشَّهْرَ الْحَرَامَ الْهَدْيِ  
الْقَلِيدَ وَلَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَتَتَّعُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا  
وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ  
الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ التَّقْوَىٰ  
الْعُدُوْنَ أَتَقُوا اللَّهَ اللَّهُ شَدِيدُ الْعِقَابِ



Artinya: “*dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.*”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa hubungan masyarakat dengan masyarakat hendaknya tercermin dalam sikap saling membantu dan bekerja sama dalam hal kebajikan dan ketakwaan, sehingga akan menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi manusia. Lebih jauh ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia dilarang bekerja dan saling membantu dalam permusuhan, yang mendatangkan mudarat dan dosa. Dengan begitu tindakan ini mesti terlihat dalam bentuk kerja sama, sikap tolong menolong dalam rangka memenuhi kepentingan masing – masing.

Selain itu tujuan bisnis syariah adalah untuk mengembangkan harta dan memperoleh keuntungan dengan jalan yang halal dan diridhai oleh Allah Swt. Selain itu, menurut Veithzal Rifai bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal, yaitu sebagai berikut.<sup>54</sup>

#### 1. Target Hasil : Profit Materi dan Benefit Nonmateri.

Tujuan bisnis tidak selalu mencari *profit* (*qimah madiyah* atau nilai materi), tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan dan manfaat) nonmateri, baik bagi si pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya. Di samping itu untuk mencari *qimah madiyah*, juga masih menjadi dua orientasi lainnya, yaitu:

<sup>54</sup> Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 12-13



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. *Qimah khuluqiyah* dan *ruhiyah*. *qimah khuluqiyah* adalah nilai – nilai akhlak akhlak mulia yang menjadi suatu kemestian yang muncul pada kegiatan bisnis, sehingga terciptanya hubungan persaudaraan yang Islami, baik antara majikan dengan buruh, maupun antara penjual dan pembeli (bukan hanya sekedar hubungan fungsional maupun profesional semata).
- b. *Qimah ruhiyah* berarti, perbuatan itu dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada Allah. Dengan kata lain, ketika melakukan suatu aktivitas bisnis, maka harus disertai dengan kesadaran hubungan dengan Allah. Inilah yang dimaksud, bahwa setiap perbuatan muslim adalah ibadah. Amal perbuatannya bersifat materi, sedangkan kesadaran akan hubungan dengan Allah ketika melakukan bisnis dinamakan rohnya.

#### 2. Pertumbuhan

Jika profit materi dan benefit nonmateri telah diraih, maka diupayakan pertumbuhan akan kenaikan akan terus menerus meningkat setiap tahunnya dari profit dan benefit tersebut. Upaya pertumbuhan ini tentu dalam koridor syariah. Misalnya dalam meningkatkan jumlah produksi, seiring dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menghasilkan produk baru dan sebagainya.

#### 3. Kelangsungan





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pencapaian target hasil dan pertumbuhan terus diupayakan keberlangsungannya kurun waktu yang cukup lama dan dalam menjaga keberlangsungan itu dalam koridor syariat Islam.

#### 4. Keberkahan

Faktor keberkahan atau upaya menggapai ridha Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup Muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihnya keridhaan Allah.

### F. Etika Perdagangan Menurut Ekonomi Syariah

Etika memiliki dua pengertian pertama etika sebagaimana moralitas, berisikan moral dan norma – norma konkret yang menjadi pedoman dan pegangan hidup manusia dalam seluruh kehidupan. Kedua etika sebagai refleksi kritis dan rasional. Etika membantu manusia bertindak secara bebas tetapi dapat dipertanggungjawabkan.<sup>55</sup> Pada dasarnya etika berpengaruh terhadap para pelaku bisnis, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya.<sup>56</sup>

Pada prinsipnya, berusaha dan berikhtiar mencari rezeki itu adalah wajib, namun agama tidak mewajibkan memilih suatu bidang usaha dan pekerjaan. Setiap orang dapat memilih usaha dan pekerjaan sesuai dengan bakat, keterampilan dan faktor – faktor lingkungan masing – masing. Salah satu bidang pekerjaan yang boleh dipilih ialah berdagang sepanjang tuntunan syariat Allah Swt dan Rasulnya. Pada prinsip jual beli (dagang) dalam Islam adalah halal.

<sup>55</sup> *Ibid*, h. 26

<sup>56</sup> A. Kadir, *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al Quran*, (Jakarta: Amzah, 2013), h. 47



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Prinsip hukum ini ditegaskan dalam Al quran dan sunnah serta ijma ulama, dalam Al quran QS. Al – Baqarah: 275 diterangkan bahwa:<sup>57</sup>

اللَّهُ الْبَيْعَ الرَّبَّوَا

Artinya: “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.”

Perdagangan juga tidak boleh melalaikan diri manusia dari beribadah kepada Allah (zikir, sholat dan zakat). Hal ini diungkapkan Allah Swt dalam QS.

An Nuur : 37

رَجَالٌ لَا تُثْمِيهِمْ تَجْرَةٌ وَلَا بَيْعٌ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ  
يَخَافُونَ يَوْمًا تَتَقَلَّبُ فِيهِ الْقُلُوبُ الْأَبْصُرُ

Artinya: "Laki-laki yang tidak dilalaikan oleh perniagaan dan tidak (pula) oleh jual beli dari mengingati Allah, dan (dari) mendirikan sembahyang, dan (dari) membayarkan zakat. mereka takut kepada suatu hari yang (di hari itu) hati dan penglihatan menjadi goncang."

Surah An – Nuur menjelaskan bahwa perdagangan itu tidak boleh membuat kita melalaikan diri dari beribadah kepada Allah. Hal tersebut diperkuat oleh surah Al- Jumu'ah: 9 yang melarang umat Islam berdagang (bertransaksi) ketika azan Jumat telah dikumandangkan:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا نُودِيَ لِلصَّلَاةِ مِنْ يَوْمِ الْجُمُعَةِ اسْعَوْا إِلَىٰ ذِكْرِ اللَّهِ  
الْبَيْعِ ذَلِكَ خَيْرٌ لَّكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: "Hai orang-orang beriman, apabila diseru untuk menunaikan shalat Jum'at, Maka bersegeralah kamu kepada mengingat Allah dan tinggalkanlah jual beli. yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui."

Maksudnya: apabila imam telah naik mimbar dan muazzin telah azan di hari Jum'at, Maka kaum muslimin waji memenuhi panggilan muazzin itu dan meninggalkan semua pekerjaannya dengan segera.<sup>58</sup>

<sup>57</sup> Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, *Op.cit*, h. 88

<sup>58</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: Gramedia, 2012), h. 97



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Konsep perdagangan yang dibicarakan Al – quran merupakan prinsip – prinsip yang menjadi pedoman dalam perdagangan sepanjang masa, sesuai dengan karakter keabadian Al – quran. Prinsip – prinsip perdagangan yang diajarkan Al – quran<sup>59</sup>:

1. Setiap perdagangan harus didasari sikap saling ridha di antara dua pihak sehingga para pihak tidak merasa dirugikan atau dizalimi.
2. Penegakan prinsip keadilan, baik dalam takaran, timbangan, ukuran mata uang (kurs), dan pembagian keuntungan.
3. Prinsip larangan riba (*interest free*).
4. Kasih sayang, tolong – menolong, dan persaudaraan universal.
5. Dalam kegiatan perdagangan tidak melakukan investasi pada usaha yang diharamkan, seperti usaha – usaha yang merusak mental, misalnya narkoba dan pornografi. Demikian pula komoditas perdagangan haruslah produk yang halal dan *thayyibi*, baik barang maupun jasa.
6. Perdagangan harus terhindar dari praktik spekulasi, *gharar*, *tadlis*, dan *maysir*.
7. Perdagangan tidak boleh membuat manusia lalai dari beribadah (shalat dan zakat) dan mengingat Allah.
8. Dalam kegiatan perdagangan, baik utang – piutang maupun bukan, hendaklah dilakukan pencatatan yang baik (akuntansi).

#### G. Keterkaitan antar Variabel

##### 1. Pengaruh Harga Terhadap Penjualan

<sup>59</sup>*Ibid*, h. 100



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Harga jual produk atau jasa akan mempengaruhi besarnya penjualan produk atau jasa yang bersangkutan. Penjualan berpengaruh terhadap produksi produk atau jasa tersebut, selanjutnya produksi akan mempengaruhi besar kecilnya biaya produksi.<sup>60</sup>

Untuk menghasilkan angka penjualan maka ada dua hal penting yang menentukan yaitu volume penjualan dalam unit dan harga jual per unitnya. Bilamana volume penjualan cukup besar dan harga jual juga cukup tinggi, maka perusahaan dapat menghasilkan angka penjualan yang besar pula. Adakalanya perusahaan karena suatu sebab, tidak bisa menjual cukup banyak dengan harga yang telah direncanakan.<sup>61</sup>

## 2. Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, tentu saja memerlukan anggaran yang cukup memadai agar tujuan yang ingin dicapai yaitu meningkatkan penjualan dapat tercapai. Sasaran promosi dapat tercapai apabila perusahaan mengalokasikan biaya promosi yang memadai. Dengan adanya biaya promosi yang memadai diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memasarkan produknya. Perusahaan yang berorientasi pada pasar selalu bermotifkan pencapaian laba yang maksimal dengan mengutamakan kepuasan konsumen, dalam mewujudkan tujuan

<sup>60</sup> Mulyadi, *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*, (Jakarta : Salemba Empat, 2001), h.513

<sup>61</sup> Tjiptono Darmadji, Hedy M Fakhruddin, *Pasar Modal di Indonesia, pendekatan dan Tanya Jawab*, (Salemba Empat, 2006), h.24





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut diperlukan suatu cara yang efisien. Kegiatan peomosi sangat membantu dalam pencapaian tujuan tersebut.<sup>62</sup>

Biaya promosi sangat berperan penting dalam meningkatkan volume penjualan, hal ini diperkuat oleh pernyataan Buchari Alma: bahwa pada umumnya apabila dana bertambah untuk kegiatan marketing maka jumlah penjualan meningkat.<sup>63</sup>

Dan menurut Kustiyah bahwa salah satu jalan untuk menarik dan meningkatkan volume penjualan adalah promosi. Setelah masyarakat mengenal, mengetahui barang yang dipromosikan, maka diharapkan mereka mau mencoba membelinya. Dengan demikian tujuan perusahaan untuk menaikkan jumlah penjualan kemungkinan besar akan tercapai.<sup>64</sup>

### 3. Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Penjualan

Menurut Kotler dan Susanto yang diterjemahkan oleh Aniwati dan Hermawan (2000;148) hubungan antara harga dan promosi terhadap penjualan dalam pernyataan sebagai berikut. “pengeluaran promosi (iklan) yang lebih besar akan mengurangi sensitivitas pembeli terhadap harga”. Menurut Saladin (2003;123) hubungan antara volume penjualan dengan harga dan promosi sebagai berikut. “Dengan promosi pada dasarnya diharapkan dapat membuat permintaan menjadi *in elastis* pada saat harga naik dan membuat permintaan *elastis* pada saat harga turun. Maksudnya

<sup>62</sup> Firdaus, Yusnizal. *Peranan Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume penjualan (Studi Kasus Pada Salah Satu Perusahaan Pembiayaan di Palembang)*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius). Vol. 1 No. 2 Mei 2011.

<sup>63</sup> Buchari Alma, *Op.cit*,h. 157

<sup>64</sup> Kustiyah, Eny. *Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Produk Baru Produksi Pt. Tiga Raksa Satria*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta. 2009.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah bagaimana jumlah permintaan atau volume penjualan sedikit saja turun pada saat harga naik dan bagaimana permintaan atau volume penjualan naik banyak pada saat harga turun.

Berdasarkan pernyataan yang dikemukakan oleh para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa harga dan promosi merupakan dua hal yang cukup berperan dalam usaha pencapaian tujuan perusahaan yang berkaitan dengan volume penjualan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menetapkan harga jual yang tepat dan kegiatan promosi yang baik.<sup>65</sup>

<sup>65</sup> Putu Agus Semara Jaya, “pengaruh biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan dupa pada putra mas di desa bulian”, jurnal pendidikan ekonomi Vol 5. No. 01,2015, hal 6.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian yang membahas permasalahan pengaruh harga dan promosi terhadap penjualan maka penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan yang secara ringkas disajikan sebagai berikut :

1. Dari hasil uji t terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan promosi terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari hasil uji F diketahui harga dan promosi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses. Dengan korelasi harga dan promosi terhadap peningkatan penjualan memiliki hubungan yang positif dan kuat.
2. Penjualan CV. Tani Sukses telah sesuai dengan prinsip jual beli dalam perspektif ekonomi Islam. Hal ini ditunjukkan dengan praktek jual beli yang dilakukan tidak ada yang bertentangan dengan etika perdagangan secara Islami, seperti halnya pengambilan keuntungan yang tidak berlebihan, produk yang diperjualbelikan bukanlah barang yang dilarang dalam syariat Islam.



## B. Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan maka penulis memberikan beberapa saran terkait hasil penelitian sebagai berikut:

1. Perlu adanya peningkatan kualitas promosi yang lebih banyak untuk menarik konsumen berbelanja di CV. Tani Sukses. Hal ini dikarenakan dari hasil penyebaran kuesioner diketahui bahwa promosi yang dilakukan tidak maksimal. Penggunaan media sosial maupun internet akan sangat efektif untuk melakukan promosi. Karena promosi yang baik dan efektif akan mampu mengatasi masalah distribusi jika kurang maksimal.
2. Bagi peneliti selanjutnya, sebaiknya menambah jumlah variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap penjualan dan memperluas objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Sehingga penelitian selanjutnya dapat melengkapi penelitian sebelumnya. Terhadap yang mempengaruhi penjualan dan memberikan hasil yang baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PSUSTAKA

- A. Kadir, 2013. *Hukum Bisnis Syariah Dalam Al Quran*, Jakarta: Amzah
- Abdullah bin Abdurrahman Ali Bassam, 2008. *Taysiru al allam Syarh umdatul ahkam, Syarah hadis pilihan Bukhari Muslim, Penerjemah Kathur Suhardi*, Jakarta : PT Darul Falah, cetakan VII
- Ahmad Wardi Muslich, 2010. *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, Cet. Ke-1
- Akhmad Mujahidin, 2014. *Ekonomi Islam 2*, Al-Mujtahadah press
- Basu Swastha & Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, 2008. *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi ke-3, Yogyakarta: Liberty
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, 2014. *Manajemen Bisnis Syariah* Bandung: Alfabeta
- Buchari Alma, 2014. *Manajemen Pemasar dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- Buchari Alma, 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, Cet. Ke-4
- Burhan Bungin, 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana
- Duwi Priyanto, 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian*, Yogyakarta: 2010
- Duwi Priyatno, 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: Andi
- Duwi Priyatno, 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, Yogyakarta: Andi
- Eman Suherman, 2011. *Praktik Bisnis Berbasis Enterepreneurship*, Bandung: Alfabeta
- Firdaus, Yusnizal. *Peranan Biaya Promosi Dalam Meningkatkan Volume penjualan (Studi Kasus Pada Salah Satu Perusahaan Pembiayaan di Palembang)*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius). Vol. 1 No. 2 Mei 2011.
- Francis Tantri, 2009. *Pengantar Bisnis*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gouzali Saydam, 2006. *Panduan Lengkap Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2006

Hamid Darmadi, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Bandung: Alfabeta

Hendra Riofita, 2015. *Strategi Pemasaran*, Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015

Indriyo Gitosudarmo, 2014. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE

Iqbal Hasan, 2010. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara

Juliansyah Noor, 2011. *Metode Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Kotler dan Armstrong, 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Perhalindo

Kustiyah, Eny. 2009. *Pengaruh Promosi Terhadap Volume Penjualan Produk Baru Produgen Pt. Tiga Raksa Satria*. Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

Lukman Hakim, 2012. *Prinsip – Prinsip Ekonomi Islam*, Bandung: Erlangga

M. Nur Rianto Al Arif, 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta

Mardani, 2017. *Hukum Bisnis Syariah*, Jakarta: Kencana

Marius P. Angipora, 2002. *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Mawardi, 2008. *Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Unri Press

Muhammad, 2008. *Aspek Hukum Dalam Muamalat*, Yogyakarta: Graha Ilmu

Muhammad, 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers

Mulyadi Nitisusastro, 2009. *kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Bandung: Alfabeta

Mulyadi, 2001. *Sistem Akuntansi Edisi Tiga*, Jakarta : Salemba Empat

Muslich, 2010. *Etika Bisnis Islami*, Yogyakarta: CV. Adipura



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Nandang Burhanudin, 2010. *Al-Qur'an dan Terjemah*, Surakarta : Ziyad visi media
- Philip Kotler dan AB Susanto, 2000 *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat
- Philip Kotler, 2004. *Marketing Management*. Jakarta: Prenhallindo
- Putu Agus Semara Jaya, “pengaruh biaya promosi dan harga jual terhadap volume penjualan dupa pada putra mas di desa bulian”, jurnal pendidikan ekonomi Vol 5. No. 01,2015
- Rachmat Syafei, 2000. *Fiqh Muamalah*, Bandung : Pustaka Setia
- Riduwan, 2013. *Skala Pengukuran Variabel –Variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta
- Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, 2010. *Ekonometrika*, Yogyakarta:Andi
- Shalah Ash-Shawi dan Abdullah Al-Mushlih, 2015. *Fikih Ekonomi Islam*, Jakarta: DarulHaq
- Sofjan Assauri, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers
- Sohari Sahrani dan Ru'fah Abdullah, 2012. *Fikih Muamalah*, Bogor: Ghalia Indonesia
- Sonny Sumarsono, 2010. *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu
- Suhrawardi K. Lubis dan Farid Wajdi, 2012. *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika
- Suliyanto, 2011 *Ekonometrika Terapan:Teori dan Aplikasi dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi
- Syafrizal Helmi Situmorang, 2009. *Bisnis Perencanaan dan Pengembangan*, Jakarta: Mitra Wacana Media
- Syofian Siregar, 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara
- Tim Reality, 2008. *Kamus Terbaru Bahasa Indonesia Dilengkapi Ejaan Yang Benar*, Jakarta: PT. Reality Publisher 2008
- Tjiptono Darmadji, Hedy M Fakhrudin, 2006. *Pasar Modal di Indonesia, pendekatan dan Tanya Jawab*, Salemba Empat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tukiran Teniredja dan Hidayati Mustafidah, 2014. *Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, Bandung: Alfabeta

Uis Amalia, 1996. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: Grama Publishing. 1996

Veithzal Rivai, 2012. *Islamic Marketing*, Jakarta: Gramedia

Yayah yuningsih, 2015. “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Penjualan Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Eka Sari Lorena Express Cabang Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam”, Skripsi Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



## KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN  
PENJUALAN PADA CV. TANI SUKSES DI DESA PONTIAN MEKAR  
KECAMATAN LUBUK BATU JAYA KABUPATEN INDRAGIRI  
HULU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

*Assalamualaikum Wr. Wb*

## A. Pendahuluan

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Skripsi) Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, maka dengan ini peneliti:

Nama : MASDIANA

Nim : 11625203991

Jurusan: Ekonomi Syariah

Melalui kuesioner/angket ini, sesungguhnya dari Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai responden yang terpilih, data penulis mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner/angket penelitian ini sesuai dengan data dan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan dijamin kerahasiaan dan tidak akan mempengaruhi aktivitas Bapak/Ibu/Saudara/i.

Atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam pengisian kuesioner/angket ini peneliti mengucapkan terima kasih.

Disetujui Oleh Pembimbing

## Hormat Penulis

D. JI, S., M. S

M
1

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

**A. Mohon beri tanda ( ) pada kolom yang tersedia dengan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i anggap sesuai dengan kondisi yang berlaku**

1. Jenis Kelamin
 

a. Laki – Laki <input type="checkbox"/>	b. Perempuan <input type="checkbox"/>
---	---------------------------------------
2. Usia
 

a. <30 tahun <input type="checkbox"/>	b. 30 - 39 tahun <input type="checkbox"/>
c. 40 – 49 tahun <input type="checkbox"/>	d. > 50 tahun <input type="checkbox"/>
3. Pekerjaan
 

a. Wirausaha <input type="checkbox"/>	b. Wiraswasta <input type="checkbox"/>
c. Pegawai Negeri <input type="checkbox"/>	d. Pegawai Swasta <input type="checkbox"/>
e. Lainnya, yaitu.....	
4. Pendapatan per bulan
 

a. <Rp 4.000.0000 <input type="checkbox"/>	b. Rp 4. 000.000 - Rp 8.000.000 <input type="checkbox"/>
c. Rp 8.000.000 – Rp 12.000.000 <input type="checkbox"/>	d. > Rp 12.000.000 <input type="checkbox"/>

**Petunjuk :**

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda ( ) checklist pada salah satu jawaban yang paling sesuai. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut:

SS	S	N	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Contoh:

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Kualitas barang yang ditawarkan CV. Tani Sukses sangat memuaskan					

### B. Pernyataan untuk variabel harga, promosi dan variabel penjualan

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>A. Pernyataan untuk variabel harga</b>						
1.	Harga yang ditawarkan untuk setiap produk sudah sesuai dengan harga pasaran					
2.	Harga produk CV. Tani Sukses sesuai dengan kualitas produk yang disediakan					
3.	Harga yang ditawarkan sudah sesuai dengan kemampuan dan kepuasan konsumen					
4.	Harga yang ditawarkan memiliki kemampuan bersaing yang baik dengan harga pada usaha pupuk lainnya					
<b>B. Pernyataan untuk Variabel Promosi</b>						
5.	Konsumen membeli produk pada CV. Tani Sukses karena melihat spanduk yang dipajang di sekitar lingkungan					
6.	CV. Tani Sukses memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumen					
7.	Konsumen membeli produk CV. Tani Sukses karena melihat promosi yang menarik melalui media <i>online</i>					
8.	CV. Tani Sukses memberikan Potongan harga untuk konsumen biasa maupun konsumen yang berlangganan					
<b>C. Pernyataan untuk Variabel Penjualan</b>						
9.	CV. Tani Sukses membantu saya mendapatkan produk yang saya inginkan					
10.	Saya merasa puas membeli produk di CV. Tani Sukses					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11.	Setiap bulan saya berbelanja di CV. Tani Sukses					
12.	Saya selalu berbelanja barang yang saya butuhkan di CV. Tani Sukses					
13.	Saya berbelanja di CV. Tani Sukses dalam jumlah banyak					

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.







Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## F Tabel

df 2	df1							
	1	2	3	4	5	6	7	8
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.739	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056

Sumber: Belajar Cepat Olah Data Statistik SPSS, (Duwi Priyatno)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## T Tabel

d.f.	TINGKAT SIGNIFIKANSI						
dua sisi	20%	10%	5%	2%	1%	0.20%	0.10%
satu sisi	10%	5%	2.5%	1%	0.50%	0.10%	0.05%
71	1.294	1.667	1.994	2.38	2.647	3.209	3.433
72	1.293	1.666	1.993	2.379	2.646	3.207	3.431
73	1.293	1.666	1.993	2.379	2.645	3.206	3.429
74	1.293	1.666	1.993	2.378	2.644	3.204	3.427
75	1.293	1.665	1.992	2.377	2.643	3.202	3.425
76	1.293	1.665	1.992	2.376	2.642	3.201	3.423
77	1.293	1.665	1.991	2.376	2.641	3.199	3.421
78	1.292	1.665	1.991	2.375	2.640	3.198	3.420
79	1.292	1.664	1.990	2.374	2.640	3.197	3.418
80	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	3.195	3.416
81	1.292	1.664	1.990	2.373	2.638	3.194	3.415
82	1.292	1.664	1.989	2.373	2.637	3.193	3.413
83	1.292	1.663	1.989	2.372	2.636	3.191	3.412
84	1.292	1.663	1.989	2.372	2.636	3.190	3.410
85	1.292	1.663	1.988	2.371	2.635	3.189	3.409
86	1.291	1.663	1.988	2.370	2.634	3.188	3.407
87	1.291	1.663	1.988	2.370	2.634	3.187	3.406
88	1.291	1.662	1.987	2.369	2.633	3.185	3.405
89	1.291	1.662	1.987	2.369	2.632	3.184	3.403
90	1.291	1.662	1.987	2.368	2.632	3.183	3.402
91	1.291	1.662	1.986	2.368	2.631	3.182	3.401
92	1.291	1.662	1.986	2.368	2.630	3.181	3.399
93	1.291	1.661	1.986	2.367	2.630	3.180	3.398
94	1.291	1.661	1.986	2.367	2.629	3.179	3.397
95	1.291	1.661	1.985	2.366	2.629	3.178	3.396
96	1.290	1.661	1.985	2.366	2.628	3.177	3.395
97	1.290	1.661	1.985	2.365	2.627	3.176	3.394
98	1.290	1.661	1.984	2.365	2.627	3.175	3.393
99	1.290	1.660	1.984	2.365	2.626	3.175	3.392
100	1.290	1.660	1.984	2.364	2.626	3.174	3.390

Sumber: Belajar Cepat Olah Data Statistik SPSS, (Duwi Priyatno)

- ### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883

Sumber : Aplikasi Analisis Data Statistik untuk Ilmu Sosial Sains dengan IBM SPSS

(Hengky Latan)

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Sumber:





## LAMPIRAN HASIL OUTPUT SPSS

### Frequency Table

Q1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	12	16.0	16.0	16.0
	Setuju	45	60.0	60.0	76.0
	SangatSetuju	18	24.0	24.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	1	1.3	1.3	1.3
	Netral	9	12.0	12.0	13.3
	Setuju	47	62.7	62.7	76.0
	SangatSetuju	18	24.0	24.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	14	18.7	18.7	18.7
	Setuju	41	54.7	54.7	73.3
	SangatSetuju	20	26.7	26.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	15	20.0	20.0	20.0
	Setuju	43	57.3	57.3	77.3
	SangatSetuju	17	22.7	22.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Q5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	16	21.3	21.3	21.3
	Netral	21	28.0	28.0	49.3
	Setuju	33	44.0	44.0	93.3
	SangatSetuju	5	6.7	6.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TidakSetuju	2	2.7	2.7	2.7
	Netral	22	29.3	29.3	32.0
	Setuju	45	60.0	60.0	92.0
	SangatSetuju	6	8.0	8.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	18	24.0	24.0	24.0
	TidakSetuju	6	8.0	8.0	32.0
	Netral	19	25.3	25.3	57.3
	Setuju	28	37.3	37.3	94.7
	SangatSetuju	4	5.3	5.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SangatTidakSetuju	1	1.3	1.3	1.3
	TidakSetuju	2	2.7	2.7	4.0
	Netral	11	14.7	14.7	18.7
	Setuju	53	70.7	70.7	89.3
	SangatSetuju	8	10.7	10.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Q9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	12	16.0	16.0	16.0
	Setuju	47	62.7	62.7	78.7
	SangatSetuju	16	21.3	21.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	10	13.3	13.3	13.3
	Setuju	56	74.7	74.7	88.0
	SangatSetuju	9	12.0	12.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	17	22.7	22.7	22.7
	Setuju	52	69.3	69.3	92.0
	SangatSetuju	6	8.0	8.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	6	8.0	8.0	8.0
	Setuju	50	66.7	66.7	74.7
	SangatSetuju	19	25.3	25.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Q13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	15	20.0	20.0	20.0
	Setuju	30	40.0	40.0	60.0
	SangatSetuju	30	40.0	40.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

## Uji Validitas

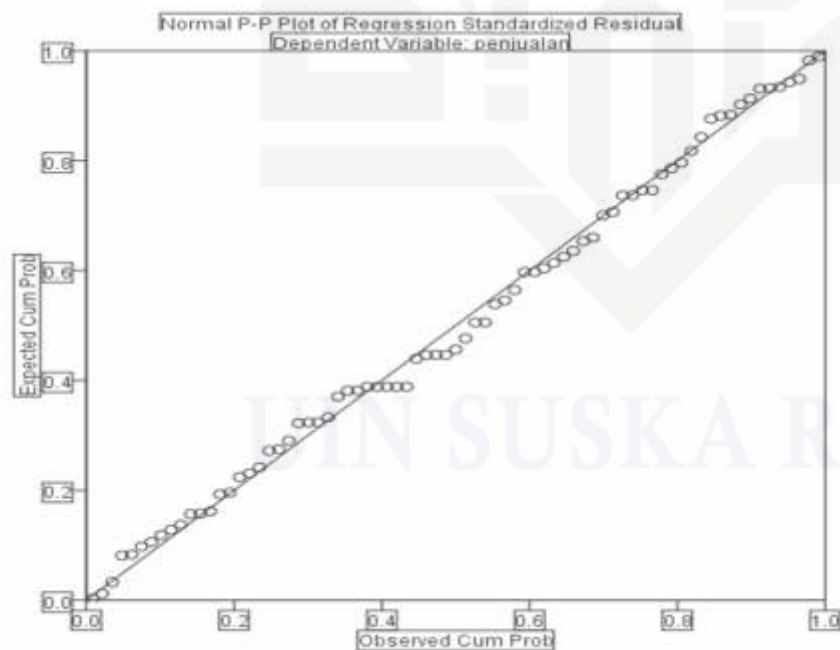
Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga	Item 1	0.687**	0,2272	Valid
	Item 2	0.772**	0,2272	Valid
	Item 3	0.866**	0,2272	Valid
	Item 4	0.813**	0,2272	Valid
Promosi	Item 1	0.681**	0,2272	Valid
	Item 2	0.654**	0,2272	Valid
	Item 3	0.723**	0,2272	Valid
	Item 4	0.610**	0,2272	Valid
Penjualan	Item 1	0.662**	0,2272	Valid
	Item 2	0.703**	0,2272	Valid
	Item 3	0.807**	0,2272	Valid
	Item 4	0.525**	0,2272	Valid
	Item 5	0.844**	0,2272	Valid

## Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	17

## Uji Normalitas



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

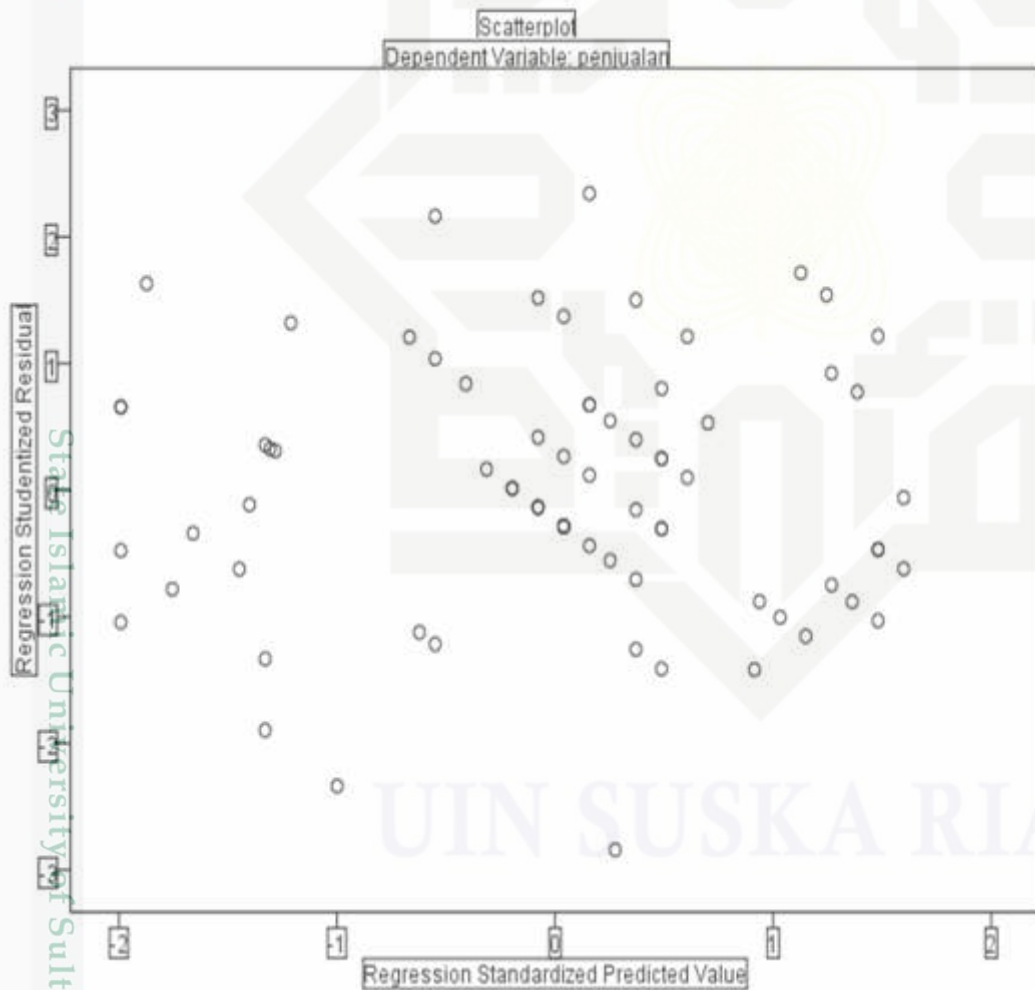


## Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
		Unstandardized		Standardized			Collinearity Statistics	
		Coefficients		Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.260	1.529		5.400	.000		
	harga	.762	.124	.596	6.149	.000	.562	1.780
	promosi	.272	.104	.254	2.623	.011	.562	1.780

a. Dependent Variable: penjualan

## Uji Heteroskedastisitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.787 <sup>a</sup>	.620	.610	1.82660	2.054

a. Predictors: (Constant), promosi, harga

b. Dependent Variable: penjualan

## Uji Lenear Berganda dan Uji T (Uji Parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.260	1.529		5.400	.000
	harga	.762	.124	.596	6.149	.000
	promosi	.272	.104	.254	2.623	.011

a. Dependent Variable: penjualan

## Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	392.121	2	196.061	58.763	.000 <sup>b</sup>
Residual	240.226	72	3.336		
Total	632.347	74			

a. Dependent Variable: penjualan

b. Predictors: (Constant), promosi, harga

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Uji Korelasi Sederhana R

Correlations

		harga	Promosi	penjualan
harga	Pearson Correlation	1	.662**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	75	75	75
promosi	Pearson Correlation	.662**	1	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	75	75	75
penjualan	Pearson Correlation	.764**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	75	75	75

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 <sup>a</sup>	.620	.610	1.82660

a. Predictors: (Constant), promosi, harga

b. Dependent Variable: penjualan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrandt No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampar - Pekanbaru 28295 P.O. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

**BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN**

NAMA  
NOMOR MAHASISWA  
JUDUL USUL PENELITIAN

: Mardiana

: 11625203991

: Pengaruh harga dan promosi terhadap peningkatan penjualan pada cv. Tani sukses di desa patian mekar kabupaten indragiri hulu dalam perspektif ekonomi islam

: Kamis / 28 November 2019

:

: Disetujui / ~~Ditolak~~ / Disempurnakan

: ~~Jelas~~ / Masih Kabur / Perlu Perbaikan

: ~~Jelas~~ / ~~Masih Kabur~~ / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas

: ~~Jelas~~ / ~~Mengambang~~ / Perlu Perbaikan

: ~~Jelas~~ / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan

: Cukup Tajam / ~~Perlu Dipertajam~~

: ~~Jelas~~ / ~~Masih Kabur~~ / Perlu Perbaikan

: Cukup / ~~Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti~~

Hari/Tgl. Diseminarkan  
Hasil Seminar dirumuskan adalah

a. Judul

b. Latar Belakang Masalah

c. Permasalahan

d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

e. Kerangka Teoritis (jika ada)

f. Rumusan Hipotesis (jika ada)

g. Metode Penelitian

h. Daftar Pustaka

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Dr. H. Muh Said HM, MA, MM

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar

Dikonsultasikan dengan WD I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini untuk tujuan pendidikan atau penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin, UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal dengan judul Pengaruh Fluktuasi Harga Sagu dan Produksi Tepung Sagu Terhadap Pendapatan Produsen Pabrik Kilang Sandi di Desa Tenan Kecamatan Tebing Tinggi Barat Kabupaten Kepulauan Meranti Ditinjau dari Ekonomi Syariah, ditulis oleh saudara :


Nama : MASDIANA  
NIM : 11625203991  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Diseminarkan pada : 30 November 2019  
Hari / Tanggal : Sabtu, 30 November 2019  
Narasumber : Dr.H.Muh. Said. HM,MA,MM


Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Bagian Tata Usaha  
Fakultas Syariah dan Hukum

Pekanbaru, 25 Desember 2019

Narasumber

  
**Erni, S.Sos, MM**  
NIP. 196802261991032002

  
**Dr. H. Muh. Said. HM,MA,MM**  
NIP. 196205121989031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 P.O. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 26 Desember 2019

Un.04/F.I/PP.00.9/10156/2019

Biasa

1 (Satu) Proposal

Mohon Izin Riset

Kepada

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

Provinsi Riau

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : MASDIANA

NIM : 11625203991

Jurusan : Ekonomi Syariah S1

Semester : VII (Tujuh)

Lokasi : Desa pontian mekar kecamatan lubuk batu jaya kabupaten indragiri

hulu

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Pengaruh harga dan promosi terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses di desa pontian mekar kecamatan lubuk batu jaya kabupaten indragiri hulu dalam perspektif ekonomi syariah

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Rektor

Dekan

Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag  
NIP. 19580712 198603 1005

Tembusan :

Rektor UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengecualian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan  
b. Pengecualian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin, UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
Hak milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim





# PEMERINTAH PROVINSI RIAU

## DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



032010

### REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/29196  
TENTANG

#### PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/PL/PP.00.9/10156/2019 Tanggal 26 Desember 2019, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama	: MASDIANA
2. NIM / KTR	: 11625203991
3. Program Studi	: EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang	: S1
5. Alamat	: PEKANBARU
6. Judul Penelitian	: PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA CV. TANI SUKSES DI DESA PONTIAN MEKAR KECAMATAN LUBUK BATU JAYA KABUPATEN INDRAGIRI HULU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
7. Lokasi Penelitian	: CV. TANI SUKSES DESA PONTIAN MEKAR KECAMATAN LUBUK BATU JAYA KABUPATEN INDRAGIRI HULU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 26 Desember 2019



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya tulis, penerjemahan, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan ilmi.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini.

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Indragiri Hulu  
Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Rengat
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan





# PEMERINTAH KABUPATEN INDRAGIRI HULU DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jalan Raya Lintas Timur Km. 05 Pematang Reba Telp. (0769) 341609, Fax. (0769) 341211  
Email. info@dpmptsp.inhukab.go.id Website. dpmptsp.inhukab.go.id

## RENGAT

### SURAT KETERANGAN PENELITIAN

NOMOR : 38/DPMTSP/NON IZIN-SKP/II/2020

- Permohonan Surat Keterangan Penelitian (SKP) Nomor - tanggal 25 Februari 2020 perihal permohonan Surat Keterangan Penelitian;
- Surat Rekomendasi Pelaksanaan Kegiatan Riset/Pra Riset dan Pengumpulan Data untuk Bahan Skripsi Nomor 530/DPMTSP/NON IZIN-RISET/29196 tanggal 26 Desember 2019
1. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian;
  2. Keputusan Bupati Indragiri Hulu Nomor Kpts. 24/I/2020 Tanggal 14 Januari 2020 tentang Pendelegasian Kewenangan Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Indragiri Hulu;

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Indragiri Hulu memberikan Surat Keterangan Penelitian kepada :

Nama : **MASDIANA**  
 Nomor Induk Mahasiswa : **11625203991**  
 Alamat : **JL. CIPTA KARYA GG. SEPAT NO. 08 RT/RW 005/002 KEL/DESA SIALANGMUNGGU KEC. TAMPAN**  
 Kebangsaan : **INDONESIA**

Melakukan penelitian dalam rangka penyusunan karya ilmiah (Disertasi / tesis / skripsi / tugas akhir) dengan rincian sebagai berikut :

1. Judul Penelitian : **PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA CV. TANI SUKSES DI DESA PONTIAN MEKAR KEC. LUBUK BATU JAYA KAB. INDRAGIRI HULU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**
2. Lokasi Penelitian : **CV. TANI SUKSES DESA PONTIAN MEKAR KECAMATAN LUBUK BATU JAYA**
3. Lama Penelitian : **6 (ENAM) BULAN**
4. Status Peneliti : **MAHASISWA**
5. Nama Lembaga : **UIN SUSKA RIAU**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dalam ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Sebelum melakukan kegiatan terlebih dahulu melaporkan kepada pejabat setempat/lembaga swasta yang akan dijadikan objek lokasi penelitian.
3. Melaksanakan kegiatan dimaksud tidak disalahgunakan untuk tujuan yang dapat mengganggu kesetabilan pemerintah.

Demikian Surat Keterangan Penelitian ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Rengat  
 Pada tanggal : 25 Februari 2020

Ditandatangani secara elektronik oleh :  
 KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 KABUPATEN INDRAGIRI HULU,

**Ir. SUSENO ADJI, MM**  
 Pembina Utama Muda (IV/c)  
 NIP. 19601213 198903 1 005

Tembusan disampaikan kepada Yth. :

1. Kepala Badan Kesbangpol Kab. Indragiri Hulu;
2. UIN SUSKA RIAU;
3. Arsip.



Balai Sertifikasi Elektronik

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin, UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang. UIN Suska Riau



UIN Suska Riau





## CV. TANI SUKSES

Supplier Pupuk di Kabupaten Indragiri hulu  
Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya  
Telp. 0812 8363 3363 (Email: ts\_inhu@yahoo.com)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

No  
Hal

: Surat Keterangan Penelitian

### SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : PAIDI

Jabatan : Pemilik

Dengan ini menerangkan bahwa, yang tersebut dibawah ini:

Nama : MASDIANA

Nim : 11625203991

Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum

Jurusan : Ekonomi Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Adalah benar telah melakukan penelitian skripsi dengan judul "PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA CV. TANI SUKSES DI DESA PONTIAN MEKAR KECAMATAN LUBUK BATU JAYA KABUPATEN INDRAGIRI HULU DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH" terhitung sejak bulan September 2019 sampai Maret 2020.

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat dengan benar. Untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Indragiri Hulu, 21 Maret 2020

CV. Tani Sukses



CV. TANI SUKSES  
SUPLIYER PUPUKS PONTIAN MEKAR  
DESA PONTIAN MEKAR  
KECAMATAN LUBUK BATU JAYA  
KABUPATEN INDRAGIRI HULU  
TELEPON 0812 8363 3363

( PAIDI )

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin, UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau



## SURAT KETERANGAN

Nomor : Un.04/F.I/PP.01.1/356/2020

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini  
memberangkan bahwa :

Nama : MASDIANA  
N I M : 11625203991  
Jurusan : EKONOMI SYARIAH

Telah Lulus :

### UJIAN KOMPREHENSIF

Yang diselenggarakan pada tanggal : 31 DESEMBER 2019

Demikianlah Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Pekanbaru, 14 Januari 2020  
Dekan,



DR. Drs. H. Hajar, M.Ag  
NIP. 195807121986031005

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masa  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin, UIN Suska Riau.





### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **MASDIANA**  
 NIM : **11625203991**  
 Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**

*Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Cv. Tani Sukses Di Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Perspektif Ekonomi Syariah*

Pembimbing : **Dr. Jenita, SE.,MM**

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 19 Juni 2020

Pimpinan Redaksi

**M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL**  
 NIP. 198804302019031010

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang, NIM, dan Judul
2. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin, UIN Suska Riau.



## RIWAYAT HIDUP PENULIS



Masdiana, lahir di Pekanbaru pada tanggal 03 September 1997 merupakan anak kedua dari lima bersaudara, lahir dari pasangan Muslim Aruan dan Siti Rabuma. Tinggal di Pekanbaru Jl. Cipta Karya. Riwayat Pendidikan SDN 030 Tampan Kota Pekanbaru (2004-2010), SMP MUHAMMADIYAH 1 Pekanbaru (2010-2013), SMK PERBANKAN RIAU (2013-2016) Selama menempuh pendidikan di SMK PERBANKAN RIAU penulis mengambil jurusan Akuntansi.

Setelah menamatkan pendidikan SMK PERBANKAN RIAU, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.